

# TURISMO GASTRONÓMICO EN LOS ESPACIOS LITORALES DE LA MARINA BAIXA



## **TRABAJO FIN DE GRADO**

# **Turismo Gastronómico en los Espacios Litorales de la Marina Baixa**

**Carlos Nicolás Barreras Talens**

*Autor*

Línea de Turismo y Paisajes en Entornos Litorales, Rurales, Naturales y Urbanos.

**Enrique Alfonso Moltó Mantero.**

*Tutor.*

Departamento de análisis geográfico regional y geografía física.

**GRADO DE TURISMO**

Facultad de Filosofía y Letras

Universidad de Alicante

**Curso 2019-2020.**



**Resumen:**

Este trabajo tiene como objetivo el desarrollo de una guía de buenas prácticas turísticas estrechamente vinculada a la gastronomía local de los espacios litorales de la Marina Baixa y su relación con el territorio. Creando una oferta alternativa al sol y playa, con un enfoque sostenible centrado en los ejes ecológico, económico y social; accesible a todos colectivos, adaptando y aprovechando las nuevas tecnologías para romper barreras (movilidad reducida, minusvalías...).

Para ello comenzaré analizando el estado actual del turismo gastronómico y su evolución. Por otro lado, también se analiza la industria alimentaria local; agricultura, pesca, industrias, pequeños comercios y restaurantes.

La finalidad es la puesta en valor de las tradiciones e industrias tradicionales relacionadas con la gastronomía, ayudar a romper la marcada estacionalidad de la comarca y favorecer la economía local. Es decir, crear una guía de buenas prácticas para los organismos locales responsables del turismo.

**Palabras Clave:** Turismo gastronómico, accesibilidad, espacios litorales, gastronomía local, nuevas tecnologías.

**Abstract:**

*This work has the objective of developing a guide of good tourist practices related to local gastronomy in coastline spaces in the Marina Baixa and the relation to the territory. Creating an alternative offer different to the sun and sea, with a sustainable perspective; ecologic, economic and social, using and adapting the new technologies for persons with disabilities.*

*We will start analysing how is gastronomic tourism actually. We will also analyse the local food industry; agriculture, fishing, small establishments and restaurants.*

*The main purpose of the work is to put in value the local industries and traditions related to gastronomy, breaking the seasonal nature in the Marina Baixa and helping the local economy. Creating a guide of tourism good practices for the local administrations responsible of tourism.*

**Key Words:** Gastronomic tourism, accessibility, coastline spaces, local gastronomy, new technologies.



## ÍNDICE DE CONTENIDOS

1. INTRODUCCIÓN.....	6
2. JUSTIFICACIÓN DEL TEMA DE TRABAJO.....	8
3. OBJETIVOS.....	8
4. METODOLOGÍA.....	9
4.1. PLAN DE TRABAJO.....	9
4.2. TRABAJO DE CAMPO.....	9
5. MARCO TEÓRICO.....	10
5.1. CONCEPTOS FUNDAMENTALES.....	10
5.1.1. Turismo y gastronomía.....	10
5.1.2. Perfil del turista gastronómico.....	10
5.2. ANÁLISIS Y DIAGNOSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL DEL TURISMO GASTRONÓMICO EN LA MARINA BAIXA.....	14
5.2.1. Inventario y evaluación de los recursos gastronómicos.....	15
5.2.2. Análisis de la oferta turística y su componente gastronómico.....	20
5.2.3. Identificación de agentes que forman parte del modelo turístico gastronómico.....	21
5.2.4. Análisis de las tendencias.....	23
5.2.5. Análisis del posicionamiento gastronómico del destino.....	23
5.2.6. Análisis de los competidores.....	24
5.2.7. Análisis DAFO.....	26
6. GUÍA DE BUENAS PRÁCTICAS/PROPUESTAS TURISMO GASTRONOMICO 2020-2030.....	29
6.1. PROYECTO RESTAURANTE “LOS BUNKERS”.....	29
6.2. RUTAS POR EL LITORAL DE LA MARINA BAIXA.....	30
6.2.1. Rutas virtuales para personas con movilidad reducida.....	30
6.2.2. Ruta “Altea, del Mar a la Tierra”.....	31
6.2.3. Ruta “L’Alfàs entre vinos y naranjos”.....	34
6.2.4. Ruta “El arte del chocolate y el Turrón en Vila Joiosa”.....	37



6.3. ACTOS BENEFICOS.....	39
6.3.1. Degustación de comida regional en el CdT.....	39
6.3.2. Subastas de productos gourmet locales.....	41
7. PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN.....	41
8. CONCLUSIONES.....	43
9. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	44
9.1. Bibliografía.....	44
9.2. Webgrafía.....	45
10. ANEXOS.....	48
• Anexo1. Fichas de recursos turísticos.....	48
• Anexo 2. Solar Playa L'Olla.....	62
• Anexo 3. Cetáceos en la Bahía de Altea.....	63
• Anexo 4. Cerveza Althaia.....	63
• Anexo 5. Restaurantes Los Jazmines / Ta Casa.....	64
• Anexo 6. Cata de vinos en Bodegas Enrique Mendoza .....	64
• Anexo 7. Almendros en flor.....	65
• Anexo 8. Turrone Carremi.....	65

## INDICE DE FIGURAS, TABLAS Y OTROS GRÁFICOS

• Figura 1. Mapa <i>Marina Baixa</i> .....	5
• Figura 2. Gráficos Evolución Población .....	6
• Figura 3. Gasto medio turista gastronómico.....	10
• Figura 4. Gasto turistas internacionales.....	11
• Figura 5. Gasto medio turista internacional.....	11
• Figura 6. Actividades turista gastronómico.....	12
• Figura 7. Lonja de pescadores. Altea.....	15
• Figura 8. Campos de naranjos. <i>Alfas del Pí</i> .....	17



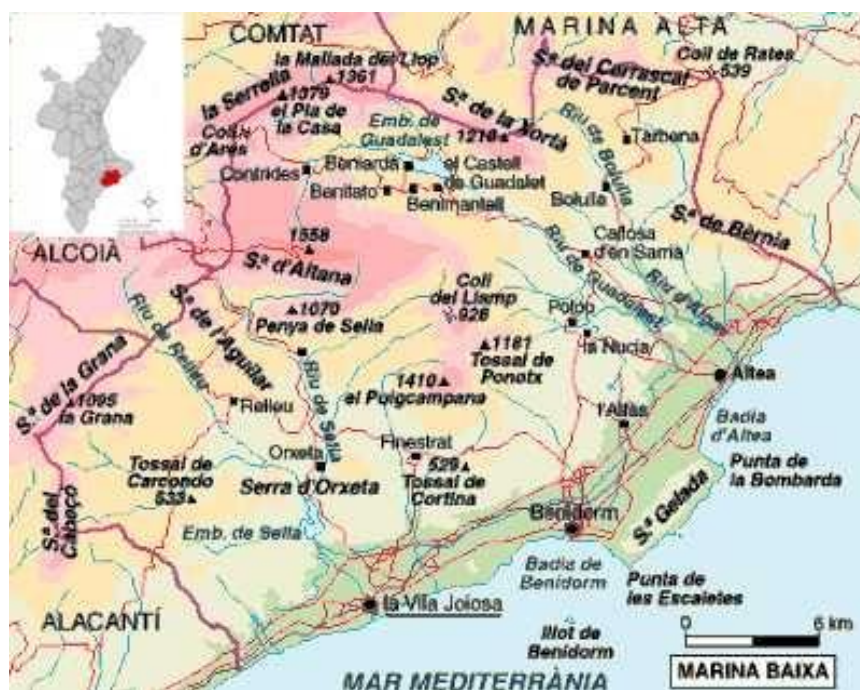
• Figura 9. El atún de Almadraba. Cadíz.....	23
• Figura 10. Degustación de vinos Bodegas <i>Xaló</i> .....	24
• Figura 11. Cámara 360 Grados Gopro Omni.....	29
• Figura 12. Gafas de realidad virtual. Microsoft Hololens.....	30
• Figura 13. Mapa Club Náutico / Lonja. Altea.....	31
• Figura 14. Piscifactoria. <i>Serra Gelada</i> .....	31
• Figura 15. Barcos pesqueros. Altea.....	31
• Figura 16. Mapa Club Náutico / Los jazmines.....	32
• Figura 17. Mapa Los Jazmines / Cervezas Althaia.....	32
• Figura 18. Campos de naranjas. <i>Alfas del Pí</i> .....	33
• Figura 19. Mapa OT Playa Albir / Parque Eucaliptus.....	34
• Figura 20. Mapa Parque Eucaliptus / <i>Cami del Mar</i> .....	34
• Figura 21. Mapa <i>El Tosalet</i> / Ta Casa /Bodegas E. Mendoza.....	35
• Figura 22. Mapa <i>Avda. Del Port / Carrer Arsenal</i> .....	36
• Figura 23. Campos de almendros. Rellou.....	36
• Figura 24. Mapa <i>Carrer Arsena / Almàssera Vella / Casa Pachell</i> .....	37
• Figura 25. Restaurante Casa Pachell.....	37
• Figura 26. Mapa Casa Pachell / Turrone Carremi.....	37
• Figura 27. Autobuses Temibus. Microbus / Midibus.....	38
• Figura 28. CdT solidario. Benidorm.....	39
• Figura 29. Centro Comercial La Marina. Finestrat.....	40
• Figura 30. Cooperativa agrícola SCV Frutaltea. Altea.....	47
• Figura 31. Fábrica de chocolates valor.....	49
• Figura 32. Xocolatissima. La Vila Joiosa.....	51
• Figura 33. <i>Setmana de L'Arros. La Vila Joiosa</i> .....	53
• Figura 34. <i>Mostra Cuina Marinera. La Vila Joiosa</i> .....	55
• Figura 35. CdT alumnos Benidorm.....	57
• Figura 36. Bodegas Enrique Mendoza.....	59





## 1. INTRODUCCIÓN

La *Marina Baixa* es una comarca que abarca 579 km<sup>2</sup> y está situada al este de la península ibérica, bañada por las aguas del mediterráneo en la provincia de Alicante. De acuerdo con el INE (2019), cuenta con los municipios de **Alfàs del Pi**, **Altea**, **Beniardá**, **Benidorm**, Benifato, Benimantell, Bolulla, *Callosa d'Ensarriá*, Confrides, **Finestrat**, *Castell de Guadalest*, La Nucía, *Orxeta*, Polop, Relleu, Sella, Tárben y **Vila Joiosa**.



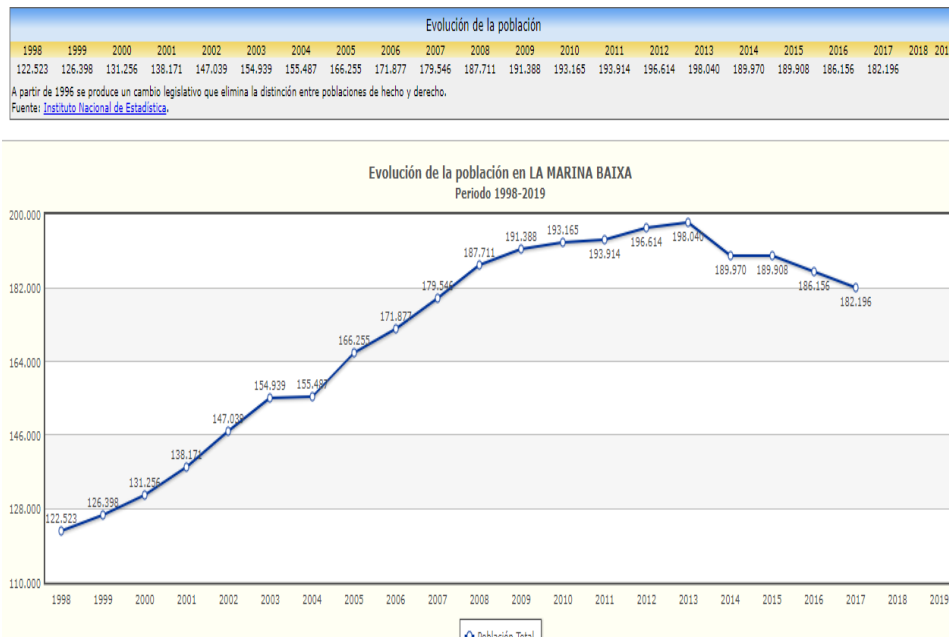
**Figura 1.** Mapa Marina Baixa

Fuente: <https://sites.google.com/site/comunitatvalencianacm/camarques-d-alacant/la-marina-baixa>

Los municipios de la comarca con espacios marítimo-terrestres son: *Alfàs del Pi*, *Altea*, *Benidorm*, *Finestrat* y *Vila Joiosa*.

La capital de la comarca es *Vila Joiosa*, sin embargo, de acuerdo con el INE (2019), el municipio más densamente poblado y con más población es *Benidorm* con 68.721 habitantes. La cual se considera como el mayor casco urbano de la Marina Baixa y su capital económica.





**Figura 2.** Gráficos evolución población

Fuente: INE. Elaboración: Diputación de Alicante.

Sus excelentes playas y las más de 2800 horas de luz al año y sus 19`3 grados centígrados de media anual han ayudado a crear un destino de turismo de “sol y playa” consolidado (Excmo. Ayuntamiento de Alfaz del Pi, 2016).

Esta tipología turística se caracteriza por su marcada estacionalidad; la población se incrementa en un 118% en épocas estivales y la gran presión urbanística; según González Pérez (1992), la densidad de población media en espacios litorales es de 398 hab/km<sup>2</sup>, mientras en el conjunto nacional es de 75 hab/km<sup>2</sup>. Por ello, se deben buscar otros recursos que supongan un reclamo para los turistas a lo largo de todo el año.

El maravilloso clima y la proximidad al mar de la *Marina Baixa* no solo es favorable para el turismo, también es idóneo para albergar una gran diversidad de flora y fauna y hasta los años 60 se trataba de un territorio en el que predominaban actividades del sector primario, principalmente agricultura, dando lugar a un paisaje salpicado por cultivos en forma de bancales, principalmente vid, olivos, naranjos y limoneros.

También se debe destacar la importancia de la actividad pesquera, que añadían al paisaje las pequeñas embarcaciones de vela amarradas en pequeños puertos naturales o calas.





Según Aguirregoitia Martínez, A. & Fernández Poyatos, M<sup>a</sup> D. (2017). estos factores generan una gran riqueza y cultura gastronómica con el potencial de atraer a turistas a lo largo de todo el año, ya que, según la OMT, el turismo gastronómico es la tipología turística con la mayor capacidad de distribuir equitativamente los beneficios en las comunidades locales y reducir el éxodo rural, además de poner en valor y salvaguardar la autenticidad de industrias en vías de extinción.

## 2. JUSTIFICACIÓN DEL TEMA DE TRABAJO.

Desde que tengo 17 años mi vida académica, profesional y personal ha girado en torno a la hostelería y la gastronomía.

Por ello, no es de extrañar que gran parte de los proyectos y trabajos que he realizado a lo largo del grado en turismo han tenido un enfoque gastronómico. Por lo tanto, el Trabajo de Fin de Grado, siguiendo la línea de trabajo que he llevado a lo largo del grado, debía ser de Turismo Gastronómico.

Por otro lado, además de ser un tema que me genera un gran entusiasmo, es un tema que conozco en profundidad y puedo aprovechar el trabajo para desarrollar proyectos reales en el futuro.

Por último, además de ser un tema de mi agrado, considero tiene un gran potencial debido a que es un producto turístico novedoso y todavía por descubrir; por que la gastronomía no es solo comer en restaurantes.

## 3. OBJETIVOS.

Este proyecto tiene diferentes objetivos que dividiremos en los siguientes ejes:

### **Económico.**

El principal objetivo es la desestacionalización, ofreciendo un producto turístico que no esté tan estrechamente vinculado a la climatología. Con ello se lograría una mayor estabilidad económica y laboral en la comarca.



También se busca impulsar las pequeñas industrias locales, como ya hemos mencionado, el turismo gastronómico es una tipología que se caracteriza por su capacidad de repartir los beneficios económicos de los turistas.

### **Social.**

Mejorar la calidad de vida de los residentes de la *Marina Baixa*. Las mejoras del mercado laboral siempre son favorables para mejorar la calidad de vida. Por otro lado, uno de los objetivos fundamentales de este eje es la creación y adaptación de la oferta turística para colectivos con diferentes discapacidades que hasta ahora veían muy limitadas sus actividades en sus momentos de ocio.

### **Cultural.**

Como ya hemos comentado anteriormente, otro de los objetivos principales del proyecto es la puesta en valor de la gastronomía tradicional, los productos y elaboraciones de la *Marina Baixa*.

## **4. METODOLOGÍA**

### **4.1. PLAN DE TRABAJO**

Para llevar a cabo este trabajo, las metodologías empleadas han sido principalmente la revisión bibliográfica y la investigación documental con el fin de obtener información sobre la gastronomía como atracción turística en la *Marina Baixa*.

Dicha información se ha recopilado para diferentes trabajos y asignaturas a lo largo del grado y demuestra el potencial de la gastronomía como recurso turístico alternativo.

A pesar de que se han incluido algunos datos cuantitativos, la investigación que se ha llevado a cabo ha sido principalmente cualitativa, es decir, que trata de conocer y describir todas las posibles cualidades del turismo gastronómico.

### **4.2. TRABAJO DE CAMPO**

Para el desarrollo de este proyecto han sido necesarias diversas visitas a los diferentes recursos para llevar a cabo un análisis exhaustivo, conocer el paisaje y recopilar documentación gráfica.



- **Visitas a recursos**

A continuación, se nombran las visitas llevadas a cabo para el desarrollo de propuestas:

- Campos de Naranjos, Alfaz del Pi para poder incluirlo en la propuesta de ruta.
- Lonja de pescadores Altea para la recogida de documentación gráfica y el reconocimiento de la zona.
- Playa de *L'Olla*, Altea para la propuesta del restaurante los bunkers y de la ruta.
- Cooperativa Agrícola de Altea.

## 5. MARCO TEÓRICO

### 5.1. CONCEPTOS FUNDAMENTALES

#### 5.1.1. Turismo y gastronomía

La gastronomía ha formado parte del ser humano desde tiempos remotos, ya que ha sido una necesidad en sí misma. En la actualidad, la forma de concebirla se está convirtiendo como un arte en el que prima la innovación y la imaginación.

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT), el turismo gastronómico es una actividad turística que se caracteriza porque el viajero experimente durante su viaje actividades y productos relacionados con la gastronomía del lugar, su alimentación y todo lo que le rodea; técnicas culinarias, tradiciones, simbología, etc. es la motivación principal en la elección del destino.

Además, supone un motor para las economías locales que acogen a este tipo de turistas, no podemos olvidar las interrelaciones de la alimentación y la gastronomía con la cultura, el paisaje, la salud..., se puede definir al turismo gastronómico como un generador de sinergias, un recuperador de tradiciones y un dinamizador del turismo.

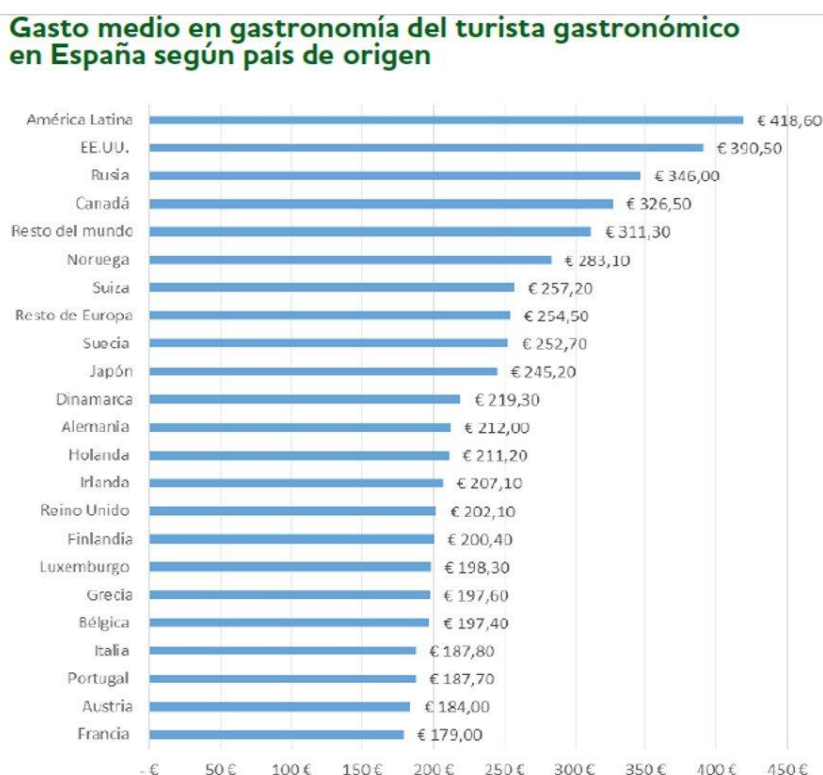
Por ello se debe llevar a cabo una estrategia general del destino, integrando y vinculando la gastronomía con otros sectores y actividades del territorio.



### 5.1.2. Perfil del Turista gastronómico

De acuerdo con Hosteltur (2019), el perfil del turista gastronómico es muy variado, en España corresponde mayoritariamente con personas de un poder adquisitivo medio, medio-alto de entre 46 y 55 años con estudios superiores y laboralmente activo. Suele realizar escapadas de fin de semana y puentes en pareja a destinos cercanos o media distancia. Cabe destacar el gran número de excursionistas de día que practican esta tipología turística.

De acuerdo con Hosteltur y el INE, el gasto medio diario de los turistas gastronómicos es superior al del turismo convencional. Por lo que resulta un segmento especialmente atractivo.



**Figura 3.** Gasto medio turista gastronómico

Fuente: Ostelea. Elaboración Hosteltur

Según recoge el informe “La gastronomía en la economía española. Impacto económico de los sectores asociados”, el turismo gastronómico se ha convertido en un elemento clave en la economía española.



Del total del gasto realizado por los turistas internacionales en nuestro país en 2017 (80.664 millones de euros), el 15,5% se destinó a la gastronomía (12.509 millones de euros).

Gasto turístico internacional total y en productos alimenticios				
Gasto 2017 (en millones de euros)	Total	Gastronomía*	% Gastronomía	% Gasto turístico gastronómico respecto al gasto turístico total
Nacional	80.664	12.509	100%	15,5%
Cataluña	19.224	2.868	22,9%	14,9%
Islas Baleares	14.600	2.429	19,4%	16,6%
Islas Canarias	16.784	2.390	19,1%	14,2%
Andalucía	12.673	2.230	17,8%	17,6%
Comunidad Valenciana	8.529	1.599	12,8%	18,7%
Madrid	8.855	993	7,9%	11,2%
Resto CCAA	6.340	1.117	8,9%	17,6%

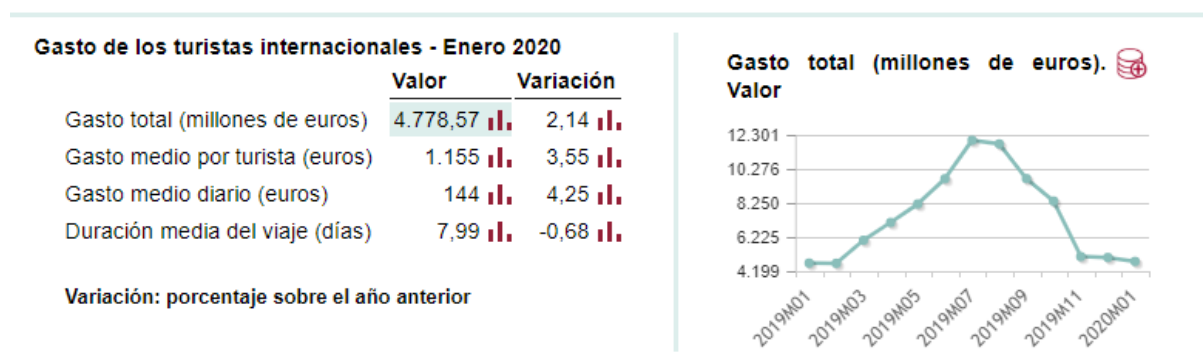
Nota (\*) En la Encuesta EGATUR, la partida de gastos de gastronomía se denomina "manutención (comidas y restauración)".

Fuente: Elaboración propia en base a la Encuesta de Gasto Turístico (EGATUR) elaborada por el INE.

**Figura 4. Gasto turístico gastronómico internacional total**

Fuente: KPMG. Elaboración Hosteltur

Los datos nos muestran que la Comunidad Valenciana es donde los visitantes extranjeros realizan un mayor desembolso en gastronomía respecto al total del gasto del viaje con un 18,7%. Un porcentaje alto si tenemos en cuenta el gasto total de los turistas internacionales.



**Figura 5. Gasto turistas internacionales**

Fuente y elaboración: INE

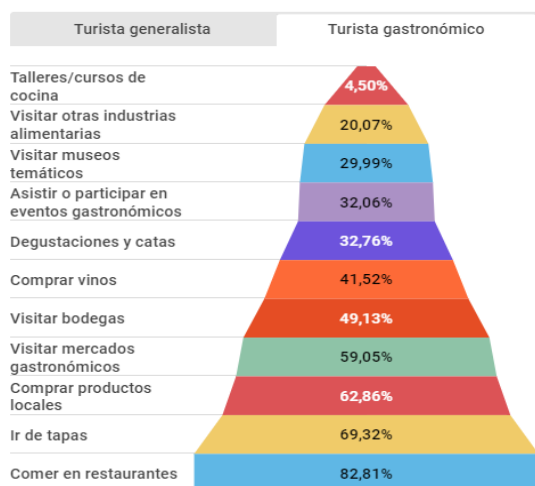


Las actividades que realizan en su estancia son muy variadas, sin embargo, destacan: comer en restaurantes, ir de tapas, comprar productos locales, visitas a ferias gastronómicas, visitas a bodegas y compra de vinos.



#### Actividades realizadas

Respuesta múltiple, según perfil de turista



**Figura 6.** Actividades turista gastronómico

Fuente y elaboración: Hosteltur

De acuerdo con Dinamiza Asesores, se pueden encontrar los siguientes subgrupos en los turistas gastronómicos:

- **Enoturistas o Wine-lovers.**

Turistas amantes de los vinos, en sus viajes visitan bodegas para conocer el origen y la elaboración del vino. Son actividades que suelen hacerse en grupo en comparación con los demás turistas gastronómicos. Muestra preferencia por los alojamientos rurales o temáticos.

- **Turista Gourmet.**

Turistas refinados, expertos en gastronomía y vinos en busca de los mejores restaurantes

- **Turista Foodie.**

Disfrutan acercándose al origen de los alimentos, descubrir nuevos restaurantes, productos, elaboraciones y técnicas culinarias.





- **Turista Cocinilla.**

Turistas a los que le gusta cocinar, descubrir productos y degustar nuevas recetas, preferiblemente aquellas tradicionales del destino visitado.

- **Turista Sibarita.**

Turistas con un estilo de vida exclusivo y refinado, la gastronomía ocupa un lugar clave como elemento de distinción.

## **5.2. ANÁLISIS Y DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL DEL TURISMO GASTRONÓMICO EN LA MARINA BAIXA.**

La gastronomía española vive su momento de oro, por ello se trata de una de las tipologías de turismo alternativo que más éxito están teniendo en España. No obstante, no podemos olvidar que la Marina Baixa, a pesar de la riqueza y variedad de materias primas que generan una gran cultura gastronómica, es un destino en el que predomina el turismo de “sol y playa”.

En cuanto al Patronato Costa Blanca, y en una visión retrospectiva, apenas se ha prestado atención al valor y potencial de nuestra gastronomía, por lo que la presencia de esta tipología turística es prácticamente nula en comparación con otros destinos como el País Vasco.

Sin embargo, en lo relativo a la última etapa hay que destacar algunas acciones como la del año 2013, cuando se firmó junto con La ruta del vino de Alicante un convenio para colaborar en los programas de actuación y mejorar el enoturismo, desde su creación han sido numerosas las propuestas enoturísticas: ferias, congresos, eventos y festivales como el “Winecasting summer festival” (Aguirregoitia & Fernández, 2017).

Por otro lado, pero de forma simultánea, la tendencia de la mayoría de los sectores (incluyendo el turístico) ha comenzado a cambiar y se está empezando a tener en cuenta cómo se desarrolla la actividad y no solo los factores económicos.



Es decir, para el sector turístico se podría traducir en que está surgiendo una corriente de turistas que demandan establecimientos que controlen su impacto ambiental sin escatimar en la calidad de sus servicios.

### **5.2.1. Inventario y evaluación de los recursos gastronómicos**

Como ya hemos comentado, la gastronomía española se encuentra en auge, por ello son cada vez más los recursos turísticos relacionados con la gastronomía.

Sin embargo, todavía son muchas las infraestructuras que podrían ser recursos turísticos de prestigio. Pero ya sea por la falta de promoción y fomento por parte de las administraciones públicas o por la falta de interés y/o formación por parte de los agentes privados, son infraestructuras infrautilizadas, ya que, además de llevar a cabo su función habitual (campos de cultivo, lonjas de pescadores o cooperativas agrícolas), podrían diversificar llevando a cabo funciones turísticas, generando unos ingresos económicos que supondrían un gran alivio para sectores desfavorecidos como la agricultura o la pesca.

A continuación, se ha llevado a cabo un análisis exhaustivo de los recursos turísticos y de infraestructuras con potencial de convertirse en un reclamo para los turistas gastronómicos. Todos forman parte del patrimonio gastronómico y están relacionados con una zona geográfica; *la Marina Baixa*.

Algunos de ellos se han convertido en atractivos turísticos de gran relevancia, como, por ejemplo, la Fábrica de Chocolates Valor. Sin embargo, existen otros muchos recursos que a día de hoy no desarrollan un uso turístico, pero tienen un gran potencial para convertirse en recursos turísticos de referencia, como por ejemplo la “Cooperativa Agrícola de Altea SCV Frutaltea”, la “Xocolatíssima”, la “Setmana de l’Arros”, la “Mostra de la Cuina Marinera”, el “CdT Benidorm” y las “Bodegas Enrique Mendoza”.

Para que se puedan analizar detalladamente y de forma ordenada, se muestran en los anexos los diferentes recursos a través de fichas de inventario. **(Anexo 1).**



Los dos recursos mostrados a continuación; La Lonja de Pescadores de Altea y los campos de naranjos, son los que considero como lugares con mayor potencial turístico y merecen trabajar su desarrollo en este sentido, a pesar de que actualmente no tienen ningún uso turístico, pueden aportar un valor añadido al turismo gastronómico de la *Marina Baixa*.



## FICHA DE RECURSOS GASTRONÓMICOS 1

**Nombre:** LONJA DE PESCADORES DE ALTEA

**Localización:** Avenida del Puerto, 9 Altea, Alicante, España

**Organismo responsable:** Corporación de Derecho Público sin ánimo de lucro

Foto:



**Figura 7.** Lonja de pescadores de Altea

Fuente: <https://www.alteablog.com/paseo-la-altea-marinera/>

**Tipología turismo asociado al recurso:** Turismo industrial/gastronómico

### **Características del recurso**

**Descripción del recurso:** Se trata de un pequeño puerto pesquero que todavía cuenta con pequeñas embarcaciones de pesca tradicional. Además de ser el lugar donde se llevan a cabo de forma simultánea diferentes actividades relacionadas con el mundo de la pesca (fábrica de hielo, subasta de pescado, repostaje de víveres...)

**¿Existen figuras de protección?:** Sí, la Federación Provincial de Cofradías de Pescadores de Alicante.

**¿Declarado de interés turístico?:** No

### **Accesibilidad**

**Relación espacio/tiempo (proximidad centros demanda):** Muy buena

**Estado infraestructuras de acceso al recurso:** Medio

**Señalización para el acceso al recurso:** Muy bueno

**Información accesibilidad al recurso:** Malo

**Equipamientos y servicios:** Malo



**Observaciones:** Actualmente no es una zona con un gran atractivo turístico debido a que en la zona se llevan a cabo las labores propias de la pesca y no es una zona destinada al esparcimiento.

### **Información**

**¿Existe un Centro de Información o similar?:** No

**Nombre:**

**Ubicación:**

### **Importancia actual**

**Completa otros recursos:** No

**Atractivo a nivel internacional:** No

**Atractivo a nivel nacional:** No

**Favorece corrientes turísticas regionales:** No

**Favorece corrientes turísticas locales:** No

**Conflicto de usos:** No

### **Valoración sostenible del recurso**

**¿Existe transporte alternativo al coche particular para acceder al recurso?:** Sí

**¿Participa la población local en el desarrollo de la actividad turística?:** Sí

**¿Las infraestructuras están integradas en el entorno?:** No

**¿Las infraestructuras están adaptadas a discapacitados?:** Sí

**¿Se sensibiliza al visitante para que respete el recurso y el entorno?:** Sí

**La información acerca del recurso es:** Mala

**La conservación de los recursos naturales de la zona es:** Buena

**Si hay zonas restringidas, ¿se realizan actividades en ellas?:** No

**La calidad de los alojamientos es:** Muy buena

**La calidad de los restaurantes es:** Buena

**El interés paisajístico de la zona es:** Muy bueno

### **Valoración general del recurso**

**Observaciones generales:** Se trata de un recurso con un enorme potencial turístico que en la actualidad, en otros destinos está empezando a recibir ayudas y facilidades por parte de las administraciones públicas.



**FICHA DE RECURSOS GASTRONÓMICOS 9**

**Nombre:** CAMPOS DE NARANJOS

**Localización:** L'Alfas del Pi.

**Organismo responsable:** Privado.

**Foto:**



**Figura 8.** Campos de naranjos Alfás del Pi

**Fuente:** Elaboración propia

**Tipología turismo asociado al recurso:** Turismo gastronómico e industrial.

**Características del recurso**

**Descripción del recurso:** Se trata de campos de naranjos, visitarlos en la época de recolección y ofrecer la posibilidad de comprar naranjas sin intermediarios a los agricultores.

**¿Existen figuras de protección?:** No

**¿Declarado de interés turístico?:** No

**Accesibilidad**

**Relación espacio/tiempo (proximidad centros demanda):** Buena

**Estado infraestructuras de acceso al recurso:** Malo

**Señalización para el acceso al recurso:** Inexistente

**Información accesibilidad al recurso:** Inexistente

**Equipamientos y servicios:** Malo

**Observaciones:** Actualmente no es un recurso turístico.

**Información**

**¿Existe un Centro de Información o similar?:** No





**Nombre:**

**Ubicación:**

**Importancia actual**

**Completa otros recursos:** No

**Atractivo a nivel internacional:** No

**Atractivo a nivel nacional:** No

**Favorece corrientes turísticas regionales:** No

**Favorece corrientes turísticas locales:** No

**Conflicto de usos:** No

**Valoración sostenible del recurso**

**¿Existe transporte alternativo al coche particular para acceder al recurso?:** Sí

**¿Participa la población local en el desarrollo de la actividad turística?:** Sí

**¿Las infraestructuras están integradas en el entorno?:** Sí

**¿Las infraestructuras están adaptadas a discapacitados?:** No

**¿Se sensibiliza al visitante para que respete el recurso y el entorno?:** Sí

**La información acerca del recurso es:** Inexistente

**La conservación de los recursos naturales de la zona es:** Buena

**Si hay zonas restringidas, ¿se realizan actividades en ellas?:** No

**La calidad de los alojamientos es:** Muy Buena

**La calidad de los restaurantes es:** Muy Buena

**El interés paisajístico de la zona es:** Muy Bueno.

**Valoración general del recurso**

**Observaciones generales:**

El cultivo de la naranja es una actividad muy vinculada a la cultura gastronómica no solo de la comarca, también a la de toda la Comunidad Valenciana, sin embargo, en la provincia de Alicante los naranjos no han sido explotados como recurso turístico. A pesar de tratarse de una actividad estrechamente vinculada al territorio, en la actualidad es un sector bastante desfavorecido en el que el abandono de los cultivos está a la orden del día. Por lo que esta iniciativa podría favorecer la regeneración del sector a través de la diversificación.



### 5.2.2. Análisis de la oferta turística y su componente gastronómico

Como ya hemos mencionado, en la *Marina Baixa* la oferta turística es principalmente de sol y playa. Es decir, la principal motivación de los turistas en la elección del destino es el buen tiempo y la gran variedad de playas.

No obstante, en municipios sin masificación turística, como Altea, Alfaz del Pi y *La Vila Joiosa* la gastronomía tiene mayor relevancia y se pueden encontrar más actividades y recursos relacionados con el mundo de la gastronomía y la alimentación.

Es decir, aquellos destinos que albergan un turismo de masas y compiten por precio (Benidorm y Finestrat) no tienen una oferta turística en la que la gastronomía sea un factor relevante, es más, ya sea por la entrada en escena de franquicias o por adaptarse a los gustos de los visitantes, la cultura gastronómica local ha sufrido un gran deterioro, encontrando todo tipo de comida tanto nacional como internacional.

En cambio, en el resto de los municipios la gastronomía sí es un factor de diferenciación y utilizado como recurso turístico. Pero ningún agente público ni privado lleva a cabo ninguna acción efectiva en la promoción de la cultura gastronómica.

Recientemente, en la presentación de la campaña 2016 destacó como objetivo general fomentar el turismo de la provincia a través de la marca Gastronomía Costa Blanca, siendo los objetivos específicos reforzar la notoriedad de la marca y posicionar este territorio como un referente gastronómico bajo el eslogan “Saborea Costa Blanca” (Aguirregoitia & Fernandez, 2017).

En la *Marina Baixa*, el municipio costero con más iniciativas, eventos y actividades entorno a la gastronomía a lo largo de todo el año, es *La Vila Joiosa*. No obstante, en cada municipio podemos encontrar diferentes recetas con los productos propios de la tierra, tradiciones e industrias alimentarias.

### 5.2.3. Identificación de agentes que forman parte del modelo turístico gastronómico.

Los agentes implicados en el turismo gastronómico son muy diversos, por ello, se han dividido por sectores industriales explicando su relación con el turismo gastronómico.



- **Sector Primario.**

En la *Marina Baixa* estas actividades apenas tienen relación con el turismo, no obstante, en otros destinos como Andalucía o Valladolid, sí existe una fuerte sinergia debido al auge del oleoturismo y enoturismo.

Las actividades del sector primario con potencial turístico en la Marina Baixa, por su importancia a nivel internacional y su linaje cultural son la pesca y la agricultura. Estas actividades tienen un vínculo muy estrecho con la gastronomía ya que sin materias primas no se puede concebir la gastronomía.

Por otro lado, tanto la pesca como la agricultura son sectores desfavorecidos desde el punto de vista económico, por lo que este tipo de actividades que aprovechan las infraestructuras existentes, pueden suponer una forma de diversificación y por lo tanto, una gran fuente de ingresos adicionales. Favoreciendo la sostenibilidad económica y cultural de estos sectores.

- **Sector Secundario**

El sector secundario sí ha tenido y tiene mayor interrelación con el turismo gastronómico en la *Marina Baixa*, visitas a la fábrica de chocolate Valor o a las bodegas Mendoza, por ejemplo. Sin embargo, el objetivo de este proyecto es ampliar esta tendencia a otras actividades tradicionales como es el procesado de la almendra o de la naranja. Aunque el sector secundario se encuentra en mejor situación que el primario, este tipo de actividades también pueden suponer una forma de diversificación y un medio de promoción para las pequeñas empresas.

- **Sector Terciario**

El turismo gastronómico es una actividad propia del sector terciario, por ello es el sector en el que más agentes intervienen:

- Hoteles y alojamientos turísticos.
- Bares, restaurantes y cafeterías.
- Empresas de servicios turísticos. (guías, eventos, etc.)
- Transportes.
- Actividades de ocio.



- **Administración Pública.**

Las Administraciones Públicas tienen una estrecha relación con el desarrollo del turismo gastronómico. Por un lado, son responsables de establecer las normas y leyes que afecten a la actividad, modificación de la normativa vigente para adaptarse a las nuevas tendencias (turismo en embarcaciones pesqueras o en industrias).

Por otro lado, realizan una gran labor de promoción conjunta de destino, ya sea en soporte digital, en las oficinas de *Tourist Info* o en ferias relacionadas con el ámbito turístico,

La Administración Pública también lleva a cabo ciertas actividades turísticas, como es el caso de Paradores. En esta línea y aprovechando el desarrollo de las nuevas tecnologías de realidad virtual y aumentada, se pueden llevar a cabo numerosas actividades turísticas adaptadas a personas con movilidad reducida.

- **Organizaciones y Asociaciones**

En el ámbito turístico, la principal asociación en la *Marina Baixa* es HOSBEC<sup>1</sup>, que en sus inicios se trataba de una asociación de ámbito local y actualmente tiene carácter autonómico, no obstante, también es un referente a nivel nacional, siendo fundamental su opinión en el desarrollo de políticas turísticas.

Otra asociación en el ámbito turístico de la *Marina Baixa* es “Las Kellys”<sup>2</sup>, una asociación de camareras de piso con presencia en Benidorm, Barcelona, Madrid, Cádiz, Fuerteventura, La Rioja, Lanzarote y Mallorca.

Otras asociaciones de ámbito internacional que afectan a toda nuestra sociedad y, por lo tanto, también a la industria turística son asociaciones medioambientales como *Greenpeace*, *4Ocean*, *Ecologistas en Acción* o *Amigos de la Tierra*, entre otros.

---

<sup>1</sup> HOSBEC: Asociación Empresarial Hostelera de Benidorm, Costa Blanca y Comunidad Valenciana, agrupa empresas de hospedaje, alojamiento turístico, restauración y lugares de esparcimiento en general de la Comunidad Valenciana. Cumple una labor de defensa de los intereses de los miembros

<sup>2</sup> LAS KELLYS: Asociación autónoma para dar visibilidad a la problemática de las camareras de piso y contribuir a la mejora de su calidad de vida.



Estas asociaciones abogan por la conservación del medio ambiente y la lucha contra el cambio climático. Tradicionalmente, el sector turístico ha sido un rival por excelencia para estas asociaciones. Sin embargo, las nuevas perspectivas e iniciativas en el sector turístico han apaciguado las tensiones.

#### **5.2.4. Análisis de las tendencias**

En lo que a turismo se refiere, como ya hemos mencionado, cada vez son más los consumidores que además de exigir un servicio de calidad, quieren que se lleve a cabo de forma sostenible, propiciando la aparición de múltiples actividades y establecimientos de turismo alternativo. En la alimentación, la tendencia ha cambiado radicalmente, hasta finales de los años 90 primaba el sabor y la apariencia de las elaboraciones. La tendencia actual muestra mayor preocupación por el bienestar físico y el origen de los alimentos.

En cuanto al turismo gastronómico, se están llevando a cabo ampliaciones de los actuales sistemas de inteligencia del turismo, incorporando información relevante y centralizada sobre el turismo gastronómico (*Big data*, redes sociales, etc.).

#### **5.2.5. Análisis del posicionamiento gastronómico del destino**

Según Mazón, Colmenares y Hurtado (2012), tras sus encuestas y entrevistas, encontraron un nivel de satisfacción aceptable por parte de los turistas sobre la alimentación en Benidorm, solo se destaca la ausencia de menús acordes a las necesidades médicas de algunos turistas.

Cabe destacar que para un gran número de turistas la alimentación durante sus viajes es un elemento secundario y solo cumple una función biológica, es decir, la comida no es la motivación del viaje y por lo tanto el nivel de exigencia es menor.

A pesar de la gran variedad y riqueza gastronómica local, la Marina Baixa sigue siendo un destino de turismo de sol y playa por excelencia donde la principal atracción turística es el clima, las playas y la multitud y diversidad de alojamiento turístico.



La conclusión respecto al posicionamiento gastronómico en la *Marina Baixa* es que actualmente no existe una oferta gastronómica lo suficientemente consolidada como para poder considerarse un destino de turismo gastronómico.

#### 5.2.6. Análisis de los competidores.

##### Andalucía.

Se trata de un destino turístico donde predomina el turismo cultural y de sol y playa, sin embargo, debido a la gran difusión de la cultura del aceite se ha creado una importante corriente de oleoturismo.



También hay que destacar la importancia de las rutas enológicas (Montilla y Jerez) así como las actividades relacionadas con la Almadraba.

Figura 9. El atún de Almadraba. Cádiz

Fuente: <https://misianahotel.com/en/atun-almadraba-la-provincia-cadiz/>

De acuerdo con Dinamiza Asesores, Andalucía es el destino favorito de los turistas gastronómicos.

##### País Vasco

Del mismo modo que en la Marina Baixa, se trata de un destino con una gran cultura gastronómica debido a la gran riqueza de las materias primas autóctonas.

Por otro lado, esta cultura gastronómica se ha visto potenciada por la presencia de grandes chefs como Martín Berasategui, Pedro Subijana, Andoni Luis Aduriz o Eneko Atxa entre otros. Por otro lado, la creación del centro educativo *Basque Culinary* y la promoción desde los organismos públicos han favorecido la creación de un destino de turismo gastronómico de referencia a nivel internacional.





## Marina Alta

A pesar de la cercanía y las similitudes, es una comarca que ha sabido explotar mejor los recursos gastronómicos del territorio con un gran éxito y reconocimiento.

En este caso podemos hacer referencia a *Xaló* ya que es un referente gastronómico, además el “*Mercat de la Terra*” de *Xaló* está centrado en la agricultura ecológica y en productos tradiciones de la tierra. Esta es la base de una iniciativa mensual que anima a las familias a visitarlo ya que se compagina mensualmente con actividades infantiles. Recientemente las vecinas y vecinos de *Xaló* presentaron en el museo etnológico la obra “*Xaló, cuina i tradició*”, que recoge nada menos que 121 recetas caseras.

La Feria del Embutido y el Producto Tradicional de la *Vall de Pop* también se ha consolidado, como referente de la gastronomía de la Marina Alta. Ofrece almuerzos tradicionales y gastronomía autóctona como las cocas y la repostería, la miel, las almendras y los vinos.

Pero la principal competencia de las bodegas Enrique Mendoza de *l’Alfas del Pi* son las “Bodegas *Xaló*” Son una Bodega Cooperativa familiar (Cooperativa Valenciana Virgen Pobre De *Xaló*) con más de 50 años de historia.

Con unos galardonados vinos y mistela de elaboración propia con denominación de origen y sin olvidar el potencial económico de la pasa se sitúan como la primera Bodega de la comarca.



Además, ofrecen a sus clientes de forma gratuita la degustación de todos sus vinos, mistelas y vermouth.

**Figura 10.** Degustación de vinos Bodegas *Xaló*

Fuente: Elaboración propia



### 5.2.7. Análisis DAFO.

- **Debilidades**

- **Estacionalidad en la demanda turística.**

La oferta turística de los espacios litorales de la *Marina Baixa* está muy condicionada por la climatología.

- **Escasa promoción de los recursos gastronómicos.**

Ningún organismo público o privado apuesta por la puesta en valor de la gastronomía local

- **Escasa sinergia entre municipios costeros.**

No existe una promoción conjunta de la comarca, tampoco se lleva a cabo ninguna acción promocional o de puesta en valor entre las empresas públicas o privadas de la comarca.

- **Uniformidad en la oferta**

Falta de diversidad en la oferta turística.

- **Endeudamiento Administraciones Públicas**

Todos los ayuntamientos de los municipios litorales de la *Marina Baixa* tienen deudas de al menos 10 millones de euros.

- **Pérdida de identidad.**

A pesar de que el turismo haya generado numerosos beneficios para la provincia de Alicante, también ha supuesto un abandono de las actividades económicas tradicionales y una modificación del paisaje.

- **Recursos geográficos y arquitectónicos en desuso**

Palacete de la Malladeta, torres vigías, antiguos bunkers de guerra, antiguas industrias y campos agrícolas podrían ser recursos con un gran potencial turístico, sin embargo, actualmente se encuentran mal gestionados.



- **Amenazas**

- **Brexit**

La reciente ruptura de Reino Unido con la Unión Europea genera una gran incertidumbre sobre la continuidad en el número de visitantes

- **Inestabilidad política.**

Hasta el pasado mes de enero el panorama político era de incertidumbre absoluta. Actualmente, a pesar de haberse formado gobierno, sigue habiendo una gran tensión entre los diferentes partidos políticos. Por otro lado, el conflicto con la independencia de Cataluña también genera inestabilidad política.

- **Fuerte competencia.**

En las últimas décadas, la industria turística ha experimentado un fuerte crecimiento tanto en la oferta como en la demanda, un claro ejemplo es la Costa Blanca en Alicante.

Por otro lado, las nuevas tecnologías han facilitado la difusión de la información y cada vez se aprecia un consumidor con más formación y por lo tanto más exigente.

En consecuencia, la oferta ha tenido que adaptarse e innovar para mantener una posición competitiva.

- **Aparición de pandemias.**

La reciente aparición del Covid-19 está cambiando el panorama económico y social a nivel mundial, afectando especialmente a la industria turística. Por lo tanto, y en el caso que nos ocupa también al turismo gastronómico.

- **Riesgos Geodinámicos Externos; inundaciones y riadas.**

Según Fuente Cobo, I. & del Valle Melendo, J. (2016), una de las características del clima mediterráneo es la irregularidad de las precipitaciones, que se concentran en periodos concretos, siendo frecuentes las lluvias torrenciales.

- **Riesgos Geodinámicos Internos; peligrosidad sísmica.**



Según Fuente Cobo, I. & del Valle Melendo, J. (2016), el mar Mediterráneo es un territorio muy afectado por los fenómenos sísmicos, especialmente en la zona Sur y Sureste de España debido a que es donde se produce el contacto entre la placa Euroasiática y la placa africana.

- **Fortalezas**

- **Buenas infraestructuras turísticas.**

La *Marina Baixa* está muy bien comunicada, desde Alicante se accede por la AP-7 o la N-332. El TRAM metropolitano de Alicante (antiguo trenet), realiza el recorrido desde Alicante hasta Denia, con paradas en todos los municipios costeros de la *Marina Baixa*. El aeropuerto del Altet, el 6º más importante del país, se encuentra a poco más de media hora en coche. Cabe destacar la gran variedad y diversidad de alojamiento turístico, así como actividades de ocio.

- **Clima Agradable.**

Los veranos cálidos e inviernos suaves, así como las más de 3000 horas de sol anuales han favorecido la consolidación de la Marina Baixa como destino turístico.

No obstante, existen periodos breves y muy localizados en los que se pueden sufrir ciertos eventos meteorológicos extremos propios del clima mediterráneo.

- **Gran variedad y riqueza de materias primas.**

Gracias al clima favorable y la gran diversidad de ecosistemas (huertas, mar, montaña...), la *Marina Baixa* cuenta con una gran variedad y diversidad de productos autóctonos.

- **Gran riqueza y cultura gastronómica**

La *Marina Baixa* es un referente de la cocina autóctona y mediterránea

- **Oportunidades**

- **Auge del mundo gastronómico.**



España se ha posicionado como uno de los países más importantes a nivel mundial en cuanto a la innovación y la calidad en lo que a gastronomía se refiere.

- **Aceptación y fama de marcas locales**

Se puede poner como ejemplo marcas como Valor, carmencita, clavileño...

## **6. GUÍA DE BUENAS PRÁCTICAS/ PROPUESTAS TURISMO GASTRONÓMICO 2020-2030**

Las siguientes propuestas tienen como objetivo romper la estacionalidad del turismo al no estar condicionadas por el clima e impulsar la economía local, especialmente en aquellos sectores desfavorecidos.

Por otro lado, está el componente social, por ello es necesaria la estrecha colaboración de las administraciones públicas.

Además, todas las propuestas deben tener tarifas adaptadas a los diferentes colectivos (residentes, estudiantes, jubilados, desempleados...).

### **6.1. PROYECTO RESTAURANTE “LOS BUNKERS”**

Si nos fijamos en el entorno del búnker de la playa de *L'Olla* de Altea, podemos observar que justo enfrente del bunker hay un terreno sin edificar. **(Anexo2)**

La idea es impulsar a las autoridades locales a la habilitación (luz y agua) de dicho terreno hacer un restaurante de madera u otros materiales ecológicos. Es un proyecto sostenible, que preserva el medioambiente, que es más económico y que además marca la diferencia.

El objetivo sería poner en valor los bunkers de la playa de *L'Olla* y del *Cap Negret* con un restaurante temático y tener un servicio regular para atender a un tipo de clientes con perfiles diferentes. Un lugar que nos permita rememorar estos dos sitios históricos de una forma tradicional, a través del paladar.

El restaurante se fundamentará en dos principios estratégicos:



- Un restaurante temático que recreará la época histórica de la Guerra Civil en un entorno en el que la decoración y el servicio jugarán un papel fundamental.
- Servicios de restauración:
  - Ofrecer comida local, organizar *showcooking* de paellas.
  - Conseguir generar sinergias con empresas de la comarca para promocionar productos locales.

La clave es ofrecer un servicio integral completo, la gastronomía y la cultura, ofreciendo una experiencia diferente.

## **6.2. RUTAS POR EL LITORAL DE LA MARINA BAIXA**

Para poder alcanzar los objetivos del trabajo (desestacionalización, puesta en valor de industrias tradicionales...), desde nuestra perspectiva de profesionales del turismo, una de las herramientas más efectivas son las rutas.

A continuación, se detallan las posibles rutas que se pueden llevar a cabo en la *Marina Baixa*, todas ellas con el objetivo de descongestionar los principales focos turísticos de la comarca, atraer turistas en temporadas de baja ocupación y un importante componente social, ya sea colaborando con sectores desfavorecidos o creando productos turísticos para personas con necesidades especiales.

### **6.2.1. Rutas virtuales para personas con movilidad reducida**

La tecnología permite como nunca dar soporte a los productos turísticos gastronómicos. Algunos ejemplos: recorridos auto-guiados (folletos y aplicaciones móviles) con temas gastronómicos para alentar a los visitantes a explorar el destino, aplicaciones móviles que ayudan a los visitantes a encontrar un restaurante local o un mercado de alimentos, etc.

La última tendencia en lo que a tecnología se refiere es la realidad mixta a través de imágenes y reproducciones en 3D y 4D, permitiendo recrear escenas de producción y/o recolección de productos gastronómicos. Creando ilusiones holográficas en los videos retransmitidos mediante las gafas HoloLens, generando efectos en el campo de visión de los visitantes que les permitirán “tocarlas”, además de permitir la interacción con los objetos visuales que estén en su campo de visión.





El objetivo es poder crear una oferta pensada para aquellos que por su condición física no puedan realizar determinadas actividades, permitiéndoles de este modo poder disfrutar de casi cualquier experiencia. Para llevar a cabo este proyecto y poder recrear los recursos turísticos en formato digital se precisan los siguientes dispositivos:

- Cámara 360 Grados GoPro Omni.

**Figura 11.** Cámara 360 Grados GoPro Omni.

Fuente: <https://www.stickpng.com/es/img/electronica/camaras-360/camara-gopro-hero-4-360>



- Gafas de realidad mixta (virtual / aumentada)  
Microsoft HoloLens

**Figura 12.** Gafas de realidad virtual Microsoft HoloLens

<https://www.comunidadxbox.com/microsoft-hololens-ya-a-la-venta-en-espana/>



Esta tecnología es idónea para recrear vivencias, por ello consideramos que puede suponer un gran avance, especialmente para aquellas personas que puedan tener dificultades físicas para realizar determinadas actividades.

Ahora las barreras para este colectivo son menores. Sin embargo, son pocas las empresas u organismos que crean una oferta pensada en las personas con discapacidades, por ello es fundamental que desde las administraciones se lleven a cabo o se potencien este tipo de iniciativas. Para poder ser un destino referente y pionero en la integración a nivel internacional.

### 6.2.2. Ruta “Altea, del Mar a la Tierra”

Una ruta que incluye un paseo en embarcaciones de pesca tradicional para poder acompañar a los pescadores en sus rutinas diarias. Por otro lado, se trata de una zona en la que es frecuente el avistamiento de cetáceos. **(Anexo 3).**

Es una actividad turística que está empezando a implantarse con éxito en destinos con una larga tradición pesquera (Andalucía, *Xàbia*, Castellón, *Rias Baixas*, Torrevieja...), sin embargo, esto no podría haberse llevado a cabo sin la colaboración de las administraciones públicas, especialmente en lo que a licencias, permisos y



seguros se refiere ya que no se contemplaba la posibilidad de crear sinergias entre sectores aparentemente sin relación.

La *Marina Baixa* también debería poner en valor la cultura y tradición pesquera a través del turismo, además supone un gran apoyo para industrias desfavorecidas, como la pesquera. También hay que destacar que esta actividad aprovecha infraestructuras existentes (puertos, lonjas de pescadores...), por lo que el impacto en el territorio es mínimo.

Para completar la experiencia, interactuar con el visitante y darle el enfoque gastronómico es necesario ofrecer a los turistas una degustación de las elaboraciones tradicionales de pescadores.

Una ruta de 1 día con un grupo reducido, que os llevará a conocer algunos de los rincones más significativos de Altea.

10:00 h

Recepción en el puerto de Altea Junto al Varadero del Club Náutico de Altea.

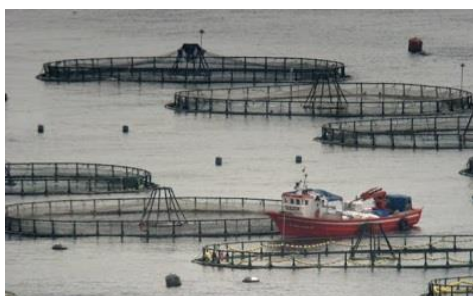
Se iniciará la ruta con un paseo por la Avenida del Puerto hasta llegar al punto de referencia en los puertos pesqueros, la Lonja. Un paseo para conocer su funcionamiento y disfrutar de la belleza del puerto.



**Figura 13.** Mapa Club náutico / Lonja. Altea

Fuente: Google Maps. Elaboración propia

11:30 h



**Figura 14.** Piscifactoría. Serra Gelada

Seguiremos el recorrido hacia el Club Náutico para realizar una visita guiada en barco, y descubrir *Serra Gelada*, embarcaremos en el barco pesquero, "Poalet", listo para navegar y disfrutar del mar hasta la piscifactoría.



Fuente: <http://svocuernocampo.blogspot.com/2008/05/un-da-en-la-serra-gelada.html>

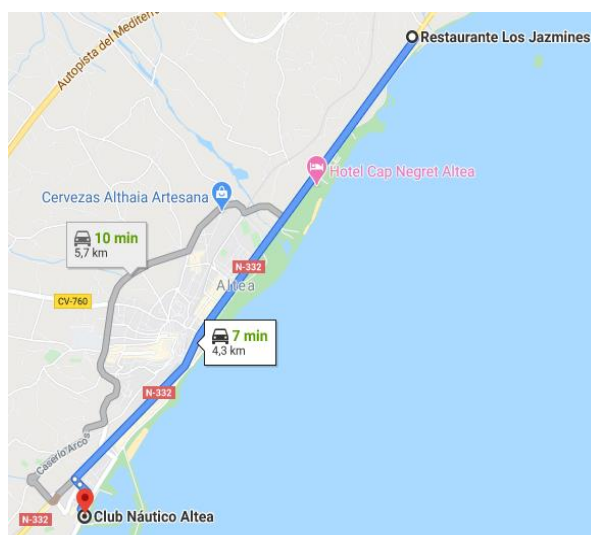


**Figura 15.** Barcos pesqueros en Altea

Fuente: [https://www.flickr.com/photos/fotos\\_de\\_pablo\\_arias/8087626863](https://www.flickr.com/photos/fotos_de_pablo_arias/8087626863)

14:00 h

Cuando hayamos desembarcado en el puerto, saldremos en autobús desde el Club Náutico para dirigirnos a un acogedor restaurante, “Los Jazmines” donde destacan los arroces y los selectos productos autóctonos. **(Anexo 5)**



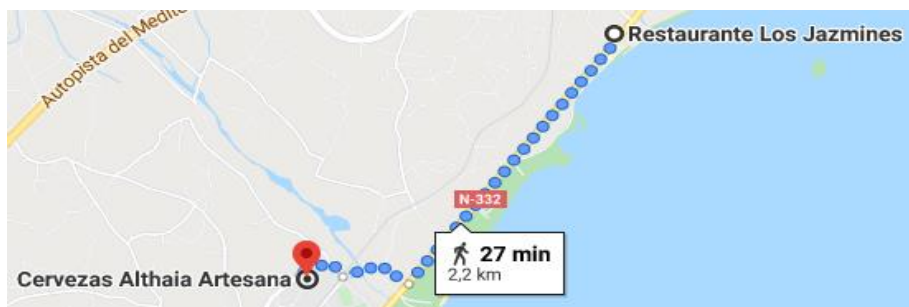
**Figura 16.** Mapa Club Náutico / Los Jasmines

Fuente: Google Maps. Elaboración propia

15:30 h

A continuación, seguiremos con un paseo por las playas de *L’Olla* y *Cap Negret*, donde se sitúan dos de los “Búnker” que forman parte del patrimonio de la Guerra Civil, conocer su historia y ponerlos en valor, merece la pena. Luego continuaremos la ruta hasta “la fábrica de la cerveza Althaia Artesana” donde nos explicaran el proceso de elaboración para pasar, acto seguido, a la cata de 4 Althaia Artesana distintas acompañada cada una con un queso gourmet. **(Anexo 4).**





Fuente: Google Maps. Elaboración propia

**18:00 h**

Finalización de la ruta. Regreso en autobús al Varadero del Club Náutico de Altea.

El precio incluye:

- Transporte en barco / Barco pesquero
- Transporte en autobús / Microbús-Temibus
- Restaurante “Los Jazmines”
- Guía acompañante
- Seguro de viaje

Servicio: **Ruta de 8 horas**

**85 € POR PERSONA**





### 6.2.3. Ruta “L’Alfàs entre Vinos y Naranjos”

Las naranjas de la Comunidad Valenciana son mundialmente conocidas, por ello consideramos que es necesaria la puesta en valor de este recurso para contrarrestar el deterioro del sector naranjero y evitar el abandono de los campos.

Alfaz del Pí, es uno de los municipios que cuenta con un importante patrimonio natural, con dos grandes áreas agrícolas de gran valor medioambiental, plantaciones de cítricos, limoneros y naranjos y cultivos de secano como los almendros.



**Figura 18.** Campo de naranjas. Alfaz del Pí

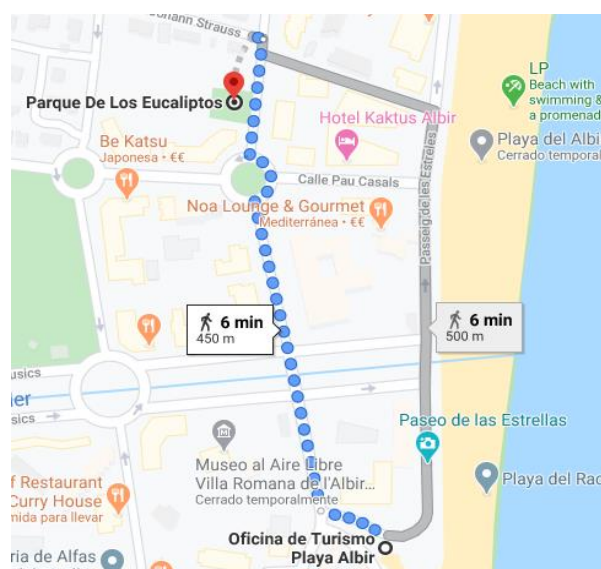
Fuente: Elaboración propia

Una ruta de 1 día para aventurarse y descubrir los lugares más escondidos y emblemáticos de *L’Alfàs del Pí*.

**10:00 h**

Recepción en la Oficina de Turismo Playa del Albir, frente al Ancla del Albir.

Se iniciará la ruta con un recorrido por el Paseo de la Estrellas, donde los premiados en el Festival de Cine de Alfaz del Pí tienen su estrella de recuerdo, nombrando los recursos de la zona, sus atractivos culturales y valores tradicionales, hasta llegar al Parque de los Eucaliptos.



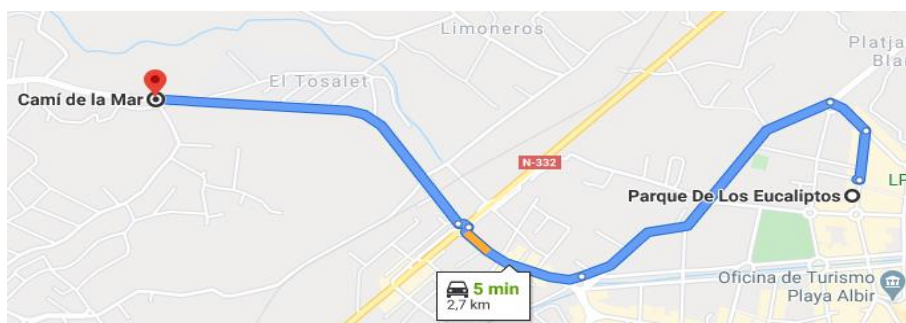
**Figura 19.** Mapa OT Playa Albir / Parque Eucaliptos



Fuente: Google Maps. Elaboración propia

11:30 h

Desde el parque de los Eucaliptos, saldremos en autobús pasando por el “Camí de la mar”, el paisaje de la naranja. Con una parada obligada en “El Tosalet”, donde podremos pasear y disfrutar de uno de los recursos naturales más importante del municipio, los huertos de naranjos.



**Figura 20.** Mapa Parque Eucaliptos / Camí de la Mar

Fuente: Google Maps. Elaboración propia

14:00 h

A continuación, nos dirigiremos al restaurante “Ta casa” que te propone una cocina tradicional, arroces y platos de mar. **(Anexo 5)**

15:30 h

Desde el restaurante, saldremos en autobús hacia las “Bodegas Enrique Mendoza”, donde podrás conocer los aspectos más importantes de la bodega. Con una cata de vinos de calidad acompañados de productos gourmet. Podrás disfrutar de una visita entre viñedos y jardines con el fin de adentrarte en el fabuloso mundo del vino.

**(Anexo 6).**

**Figura 21.** Mapa El Tosalet / Ta Casa / Bodegas Enrique Mendoza

Fuente: Google Maps Elaboración propia

**18:00 h**

Finalización de la ruta. Regreso en autobús a la Oficina de Turismo Playa del Albir.

El precio incluye

- Transporte en autobús / Midibus-Temibus
- Restaurante “Ta Casa”
- Entradas
- Guía acompañante
- Seguro de viaje

Servicio: **Ruta de 8 horas**

**65 € POR PERSONA**

#### **6.2.4. Ruta “El Arte del Chocolate y el Turrón en Vila Joiosa”**

La floración de los almendros es un bello espectáculo que sólo se puede disfrutar durante un breve periodo, precisamente cuando la demanda turística de sol y playa es menor (enero y febrero). **(Anexo 7).**

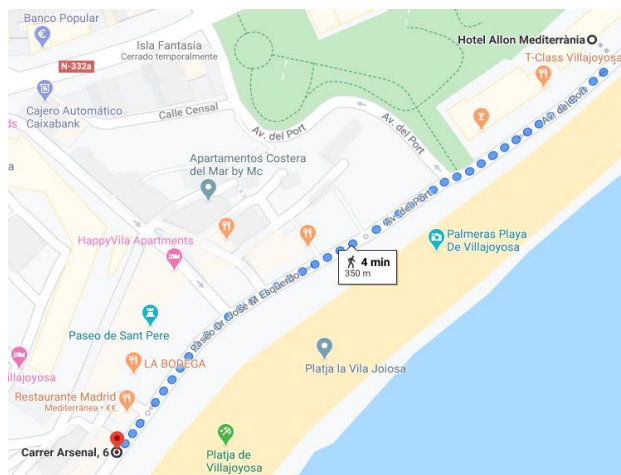
Por otro lado, es un acontecimiento muy vinculado a la cultura de la provincia con múltiples leyendas que dan explicación a la abundancia de este árbol en el territorio. Desde el punto de vista gastronómico, el cultivo de la almendra tiene una relación directa con el turrón, por ello esta actividad debe finalizar con una pequeña introducción al mundo del turrón y degustación.





**10:00 h**

Recepción de turistas en Hotel Allon Mediterrània, en Av. Del Port, Vila Joiosa. Se iniciará la ruta con un pequeño paseo a pie por el núcleo urbano haciendo alusión a los diferentes recursos turísticos (vila museo, chocolatería y museo valor...). El paseo finalizará en el casco antiguo para que puedan fotografiar “las casas de colores”.



**Figura 22.** Mapa Avda. Del Port / Carrer Arsenal. Vila Joiosa

Fuente: Google Maps. Elaboración propia

**11:30 h**

Recogida en autobús en la calle Arsenal para dirigirnos a los campos de almendra en Relleu, un municipio cercano con una importante industria agraria dedicada casi en exclusiva a la producción de almendras de distintas variedades.



**Figura 23.** Campos de almendros. Relleu

Fuente: Google Maps. Elaboración propia



14:00 h

La próxima parada, para la comida, será en el restaurante “Casa Pachell”, un establecimiento mítico en Vila Joiosa que puede llegar a considerarse un espectáculo que te transporta a la España profunda de los años 50.



**Figura 24.** Mapa Carrer Arsena / Almàssera Vella / Casa Pachell

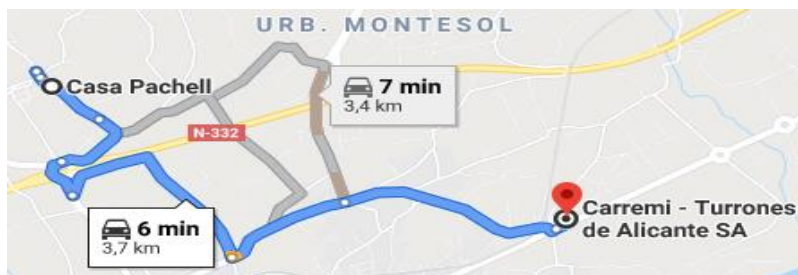
Fuente Google Maps. Elaboración propia

**Figura 25. Restaurante Casa Pachell**

Fuente:[https://www.tripadvisor.es/LocationPhotoDirectLink-g187528-d3175311-i326686074-Restaurante\\_Pachell-Villajoyosa\\_Costa\\_Blanca\\_Province\\_of\\_Alicante\\_Valenc.html](https://www.tripadvisor.es/LocationPhotoDirectLink-g187528-d3175311-i326686074-Restaurante_Pachell-Villajoyosa_Costa_Blanca_Province_of_Alicante_Valenc.html)

16:00 h

Desde el restaurante, nos dirigiremos en el autobús para realizar una visita guiada a la fábrica de turrones “Carremi”, en Vila Joiosa. **(Anexo 8).**



**Figura 26.** Mapa Casa Pachell / Turrone Carremi

Fuente Google Maps: Elaboración propia



**18:00 h**

Finalización de la ruta, regreso al Hotel Allon Mediterrània en autobús.

El precio incluye

- Transporte en autobús / Midibus-Temibus
- Restaurante “Casa Pachell”
- Guía acompañante
- Seguro de viaje

Servicio: **Ruta de 8 horas**

**65 € POR PERSONA**

El transporte de todas las rutas se efectuará con Temibus, una empresa innovadora y destacada en el sector transporte terrestre, con una gran trayectoria que avala su experiencia desde 1927.



**Figura 27.** Microbus / Midibus. Autobuses Temibus

Fuente: <https://www.temibus.com/>

### 6.3. ACTOS BENÉFICOS.

Otra herramienta para el fomento y la difusión de la cultura gastronómica de la *Marina Baixa* son los actos benéficos, ya que por un lado el propio acto en si puede ser un escaparate (degustaciones gastronómicas, subasta de productos gourmet autóctonos o similar), por otro lado, para que la recaudación obtenida se destine a la investigación y desarrollo de la gastronomía.



### 6.3.1. Degustación de comida regional en el CdT.

Muchas escuelas de hostelería han dado un paso más allá en las asignaturas prácticas que imparten, algunas, incluso llegan a funcionar como verdaderos restaurantes u hoteles (I.E.S. Hotel Escuela, Madrid).

Por ello, teniendo en cuenta el éxito de iniciativas similares en otros centros educativos, nuestra propuesta para el CdT de Benidorm es que se lleven a cabo jornadas gastronómicas abiertas al público en las que se ponga de manifiesto la cultura gastronómica de la *Marina Baixa*.

Estas jornadas se llevarían a cabo los jueves y los viernes, por la mañana y por la tarde, para que todos los alumnos del CdT puedan participar en ellas. El desarrollo del evento sería el siguiente:

**12:30 h / 19:30 h**

Bienvenida a los turistas con un pequeño aperitivo mientras se lleva a cabo una exposición en la que se explican las degustaciones del día y su historia y relación con el territorio.

**13:30 h / 20:30 h**

En este momento se procede a acompañar a los turistas al salón de actos para servirles la degustación del día.

**14:30 h / 21:30 h**

Ovación a los alumnos del CdT y fin de la jornada gastronómica.





Este tipo de actos, además de suponer una práctica laboral real para los alumnos es una fuente de financiación extra para el centro educativo y puede repercutir de forma muy positiva en la formación de los nuevos empresarios y profesionales del sector gastronómico de la comarca.

**Figura 28.** Cdt solidario. Benidorm

Fuente: <https://www.lalfas.es/concejalias/bienestar-social/el-cdt-benidorm-se-suma-a-alicante-gastronomica-solidaria-y-servira-a-diario-menus-para-personas-sin-recursos-en-la-marina-baixa/>

### **6.3.2. Subastas de productos Gourmet locales**

Como última propuesta para la guía de buenas prácticas, se propone llevar a cabo subastas de productos de alimentación, comidas en restaurantes, estancias en hoteles y similar de la comarca.

Se pretende que los fondos obtenidos sean utilizados en la promoción de la *Marina Baixa* como destino de turismo gastronómico y las marcas que hayan colaborado. Para la puesta en escena de esta propuesta es imprescindible la colaboración de los agentes privados que tengan relación con el mundo gastronómico de la *Marina Baixa*, ya que las subastas se realizarían con productos y/o servicios donados por las empresas que deseen colaborar.

Un lugar que reúne todos los requisitos para albergar este tipo de iniciativas es el Centro Comercial de “La Marina” en Finestrat, ya se trata de un centro comercial con una gran afluencia de personas a lo largo de todo el año. Además, dispone de multitud de espacios comunes tanto en interior como en exterior.







Por otro lado, no existe conflicto de uso ya que “La Marina” es un Centro Comercial enfocado al ocio familiar, con tan solo una tienda de alimentación que no está especializada en productos gourmet o autóctonos (Dealz) y establecimientos de hostelería de franquicia (Burger King, Mr. Kebab, La Cantina del Mariachi o Häagen-Dazs).

**Figura 29.** Centro Comercial La Marina. Finestrat

Fuente: [https://www.tripadvisor.es/LocationPhotoDirectLink-g672812-d7712434-i254630695-Centro\\_Comercial\\_La\\_Marina-Finestrat\\_Costa\\_Blanca\\_Province\\_of\\_Alicante\\_V.html](https://www.tripadvisor.es/LocationPhotoDirectLink-g672812-d7712434-i254630695-Centro_Comercial_La_Marina-Finestrat_Costa_Blanca_Province_of_Alicante_V.html)

## 7. PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN

Según Aguirregoitia Martínez, A. & Fernández Poyatos, M<sup>a</sup> D. (2017), la promoción de un destino gastronómico ha de poseer una clara diferenciación de sus recursos gastronómicos, con una gastronomía que sea reconocible por los viajeros, con una promoción clara, sencilla y concreta.

Los destinos que quieren impulsar el turismo gastronómico se ven obligados a trabajar la calidad a través de los siguientes factores:

- La protección y el reconocimiento de los productos autóctonos.
- El desarrollo de una oferta competitiva y experiencial.
- La profesionalidad de los recursos humanos, a través de la formación y el reciclaje.
- La acogida y protección del consumidor, con el objeto de aumentar la satisfacción de los visitantes.
- Identificar e interpretar el nivel de satisfacción de los turistas.

En el caso de Alicante, las políticas públicas vinculadas a la promoción turística dependen de dos organismos públicos: La *Consellería de Turisme* y el Patronato Provincial de Turismo de la Costa Blanca.



Otro medio de promoción y difusión imprescindible en la actualidad son las redes sociales, donde ya se lleva a cabo una promoción activa por parte de las autoridades de algunos municipios con perfiles de Facebook como “Visit Altea”, “Benidorm”, “Benidorm en Fotos”, “Vilactual”, “Fotografies de La Vila Joiosa” o “Finestrat Ayuntamiento”, donde el ayuntamiento y la ciudadanía informa y publica las diferentes actividades que se llevan a cabo en el municipio y fotos del municipio y sus recursos.

Esta iniciativa de promocionar los municipios en un soporte virtual tiene una enorme capacidad de difusión. Sin embargo, no existe un perfil o página en la que se promocióne de forma conjunta la comarca de La *Marina Baixa*.

Llevar a cabo una promoción conjunta es muy favorable en todos los sentidos, ya que se promocionarían todos los recursos en una misma fuente y el coste económico de la promoción es infinitamente inferior.

No obstante, algunos empresarios del sector privado como Vicent Vives, un prestigioso fabricante de turrón catalán que, deslumbrado por la majestuosa gastronomía de la *Marina Baixa*, decidió crear de forma altruista una página web (*Cuina de la Marina Baixa*, Vicent Vives) en la que comparte multitud de recetas tradicionales, poniendo en valor la cultura gastronómica de la *Marina Baixa*.

## 8. CONCLUSIONES

Tras el análisis de la información recogida, se ha demostrado el efecto beneficioso que supone la inclusión del turismo gastronómico en la oferta turística de destinos consolidados.

El turismo gastronómico suele ir unido al de sol y playa, pero como se ha visto a lo largo del trabajo se integra perfectamente con otras modalidades, muchos tipos de turismo requieren de la gastronomía como complemento a su actividad. Por lo tanto, se requiere una gran diversificación de la oferta gastronómica.

A todo esto, hay que sumarle que la *Marina Baixa* es productora de ciertas materias primas y productos de calidad y exclusividad. Es un gran valor añadido, pero no siempre es suficiente, por ello la necesidad de elaborar planes de acción y rutas que permitan el aumento de la demanda del turismo gastronómico.





Analizando su impacto positivo, un factor muy importante que se ha resaltado es que puede combatir la estacionalidad de algunos destinos, como aquellos de sol y playa, de naturaleza... que debido a las condiciones climáticas no resultan atractivos para el viajero en ciertos periodos del año. Sin embargo, se puede complementar con la gastronomía para hacer ese destino atractivo durante todo el año y así ayudar a incrementar el número de visitantes en la temporada baja.

Hoy en día, el turismo gastronómico tiene algo más a su favor, una mayor presencia en los medios de comunicación mediante diferentes canales y redes sociales, muchos como algunos de los que se han nombrado en el estudio realizado tienen una página web con su propia sección de gastronomía.

Por otro lado, la pandemia del Covid-19 ha cambiado radicalmente el panorama del sector turístico a nivel mundial. Las previsiones más realistas, así como los hechos (prohibición de veranear en España a residentes alemanes), apuntan a que la llegada de turistas internacionales a España se va a ver seriamente afectada, por ello y teniendo en cuenta que la mayoría de los turistas gastronómicos son turistas nacionales, considero que ahora más que nunca es el momento de fomentar y apostar por el turismo gastronómico.

## 9. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

### 9.1. BIBLIOGRAFÍA

- [Aguirregoitia Martínez, A. & Fernández Poyatos, M<sup>a</sup> D. (2017). La gastronomía como recurso turístico en la provincia de Alicante. *International Journal of Scientific Management and Tourism* 3 (3), pp. 25-48.].
- [Barciela, C. y Di Vitorio, A. (2003). *Las Industrias Agroalimentarias en Italia y España durante los Siglos XIX y XX*. Alicante, España. Publicaciones Universidad de Alicante.].



- [Barciela, C. y Di Vitorio, A. (2003). Las Industrias Agroalimentarias en Italia y España durante los Siglos XIX y XX. Alicante, España. Publicaciones Universidad de Alicante.]
- [Davis, B., Lockwood, A., Alcott, P., y Pantelidis, I. (2012), Food and Beverage Management Fifth Edition, Londres, Reino Unido y Nueva York EEUU, Routledge Taylor & Francis Group.]
- [Excmo. Ayuntamiento de L'Alfàs del Pi. (2016). Guía L'Alfàs del Pi, pp. 1-4]
- [González Pérez, V. (1992), El Baix Vinalopó: población y protección del medio ambiente, tendencias de cambio. Investigaciones Geográficas (pp.37-57). Alicante, España. CAM Fundación Cultural & Secretaría de Estado de Universidades e Investigación.]
- [Hjalager, A. & Richards, G. (2002). Tourism and Gastronomy. London: Routledge.]
- [Mazón, T., Colmenares, M. y Hurtado, J. (2012, diciembre 29). Turismo gastronómico y turismo de masas: La satisfacción de los turistas con la alimentación que reciben en Benidorm. Gran Tour: Revista de investigaciones Turísticas, volumen (6), pp. 122-141.]
- [Mazón, T., Colmenares, M. y Hurtado, J. (2014). El turismo gastronómico en la península Ibérica: El caso de Benidorm, España. Revista de Ciencias Sociales de la Universidad Iberoamericana. Año IX, volumen (18), pp. 73-99.]

## 9.2. WEBGRAFÍA

- [Así es el turista gastronómico en España. (2019, octubre 09). Recuperado de: <https://www.vinetur.com/2019100958080/asi-es-el-turista-gastronomico-en-espana.html> ]



- [Canalís, X. (2019, febrero 19). La gastronomía se consolida como “uno de los factores diferenciales que ayudan a construir la imagen de marca”. Hosteltur. Recuperado de: [https://www.hosteltur.com/126920\\_turismo-gastronomico-la-investigacion-que-desmonta-mitos.html](https://www.hosteltur.com/126920_turismo-gastronomico-la-investigacion-que-desmonta-mitos.html) ]
- [Clara Fernández Rivero. (2016, abril 25) GoPro Omni Camera: realidad virtual en 360 grados. Expansión - Fuera de serie (2020). Recuperado de: <https://www.expansion.com/fueradeserie/tecno/2016/04/22/5710af78e2704e93358b4602.html>]
- [Costa Blanca. [Costa Blanca]. (2013, febrero 18). Destino Costa Blanca [Video]. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=omsR7M6KUw0>].
- [Dinamiza Asesores. (2017, noviembre). II Estudio de la demanda de Turismo Gastronómico en España.) [Archivo PDF.]. Recuperado de: <http://dinamizaasesores.es/www/wp-content/uploads/2017/12/Informe-completo-II-Estudio-de-la-demanda-de-turismo-gastron%C3%B3mico-en-Espa%C3%B1a.pdf>].
- [Encuesta de gasto turístico. Egatur. Enero 2020. (2020. marzo 02). Recuperado de: [https://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=Estadistica\\_C&cid=1254736177002&menu=ultiDatos&idp=1254735576863](https://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=Estadistica_C&cid=1254736177002&menu=ultiDatos&idp=1254735576863)].
- [Fuente Cobo, I. & del Valle Melendo, J. (2016, junio). Los riesgos medioambientales en la cuenca del Mediterráneo. La búsqueda de soluciones comunes. Perspectivas desde Argelia y España [Archivo PDF]. Recuperado de:



[http://www.ieee.es/Galerias/fichero/docs\\_trabajo/2016/DIEEET02-2016\\_RiesgosMedioambientalesMediterraneo\\_Argeli-Espana.pdf](http://www.ieee.es/Galerias/fichero/docs_trabajo/2016/DIEEET02-2016_RiesgosMedioambientalesMediterraneo_Argeli-Espana.pdf)].

- [Instituto Nacional de Estadística. (2019). Relació de municipis per comarques i províncies. Portal Estadístic de la Generalitat Valenciana.  
Recuperado de: <http://www.pegv.gva.es/va/muncom> ]
- [Instituto Nacional de Estadística. (2019). La Marina Baixa- Demografía. Diputación de Alicante.  
Recuperado de:  
<http://documentacion.diputacionalicante.es/3demogr.asp?codigo=00031>]
- [Marina Baja. [En Wikipedia].  
Recuperado de:  
(2020, Febrero 08) de [https://es.wikipedia.org/wiki/Marina\\_Baja](https://es.wikipedia.org/wiki/Marina_Baja) ]
- [Los mercados emisores que más gastan en turismo gastronómico en España (2020, marzo 04).  
Recuperado de: [https://www.hosteltur.com/126403\\_mercados-emisores-gastan-turismo-gastronomico-espana.html](https://www.hosteltur.com/126403_mercados-emisores-gastan-turismo-gastronomico-espana.html)].
- [OMT y Basque Culinary Center. (2019). “Guía de turismo gastronómico.”  
Recuperado de: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284420995>]
- [Onofre Gallego. (2015, enero 30). ¿Qué es HoloLens? La realidad Virtual de Microsoft. Blasting News España –Tecnología (2020).  
Recuperado de: <https://es.blastingnews.com/tecnologia/2015/01/que-es-hololens-la-realidad-virtual-de-microsoft-00252689.html>]
- [Porras, C. (2019, marzo 08). El turismo gastronómico incrementa su aportación a la economía española. Hosteltur.  
Recuperado de: [https://www.hosteltur.com/127283\\_el-turismo-gastronomico-incrementa-su-aportacion-a-la-economia-espanola.html](https://www.hosteltur.com/127283_el-turismo-gastronomico-incrementa-su-aportacion-a-la-economia-espanola.html) ]



- [¿Qué es HOSBEC?]. (s.f.).  
Recuperado de:  
<https://www.hosbec.com/web/index.html#/content/HOSBEC/a63c1290460d11e883f0bc5ff4671db4>].
- [¿Quiénes somos? Las Kellys.  
Recuperado de: <https://laskellys.wordpress.com/>]
- [El Tour de la Naranja (2020, febrero 20).  
Recuperado de: <https://ocio.diarioinformacion.com/planes/rutas-excursiones/pla-1350-el-tour-naranja.html>]
- [Vicent Vives. (2011-2019) Cuína de la Marína Baixa (2020).  
Recuperado de: <http://cuinadelamarinabaixa.com/pebrereta>]
- [Xocolatissima2019. (2019).  
Recuperado de:  
<http://comunitatvalenciana.com/actualidad/villajoyosa/agenda/xocolatissima-2019> ]



## 10. ANEXOS

### Anexo 1. Fichas recursos gastronómicos.

#### FICHA DE RECURSOS GASTRONÓMICOS 3

**Nombre:** COOPERATIVA AGRÍCOLA DE ALTEA SCV FRUTALTEA

**Localización:** Partida Montahud, 36, Altea

**Organismo responsable:** Privado

Foto:



**Figura 30.** Cooperativa agrícola de Altea SCV Frutaltea

Fuente: <http://www.interempresas.net/Distribucion-Hortofruticola/FeriaVirtual/Contacto-Cooperativa-Agricola-Altea-Scv-207374.html>

**Tipología turismo asociado al recurso:** Turismo industrial y gastronómico

#### Características del recurso

**Descripción del recurso:** Se trata de una cooperativa en la que se llevan a cabo diversas actividades relacionadas con la agricultura y alimentación de la comarca

**¿Existen figuras de protección?:** No

**¿Declarado de interés turístico?:** No

#### Accesibilidad

**Relación espacio/tiempo (proximidad centros demanda):** Media

**Estado infraestructuras de acceso al recurso:** Buena

**Señalización para el acceso al recurso:** Media

**Información accesibilidad al recurso:** Media

**Equipamientos y servicios:** Mala

**Observaciones:** Por la naturaleza de la actividad (camiones, carretillas y similar), no necesitaría adaptar las infraestructuras para el acceso de personas con movilidad reducida. Sin embargo, por su ubicación, lejos de grandes núcleos turísticos, es fundamental mejorar la información de acceso al recurso (carteles).



**Información**

¿Existe un Centro de Información o similar?: No

Nombre:

Ubicación:

**Importancia actual**

Completa otros recursos: No

Atractivo a nivel internacional: No

Atractivo a nivel nacional: No

Favorece corrientes turísticas regionales: Sí

Favorece corrientes turísticas locales: Sí

Conflicto de usos: No

**Valoración sostenible del recurso**

¿Existe transporte alternativo al coche particular para acceder al recurso?: No

¿Participa la población local en el desarrollo de la actividad turística?: Sí

¿Las infraestructuras están integradas en el entorno?: No

¿Las infraestructuras están adaptadas a discapacitados?: Sí

¿Se sensibiliza al visitante para que respete el recurso y el entorno?: Sí

La información acerca del recurso es: inexistente

La conservación de los recursos naturales de la zona es: Buena

Si hay zonas restringidas, ¿se realizan actividades en ellas?: Sí, administración y gestión.

La calidad de los alojamientos es: Buena

La calidad de los restaurantes es: Muy buena

El interés paisajístico de la zona es: Muy bueno

**Valoración general del recurso****Observaciones generales:**

Actualmente no es un recurso turístico es un establecimiento en el que se compra y vende todo lo relacionado con la agricultura local. Sin embargo, por su vinculación con la agricultura local consideramos que es un recurso relevante y con potencial para el desarrollo del turismo gastronómico en la Marina Baixa.





## FICHA DE RECURSOS GASTRONÓMICOS 4

**Nombre:** FÁBRICA DE CHOCOLATES VALOR

**Localización:** Avinguda Pianista Gonzalo Soria 13, Vila Joiosa, Alicante España

**Organismo responsable:** Empresa Privada

Foto:



**Figura 31.** Fábrica Chocolates Valor

Fuente: Elaboración propia

**Tipología turismo asociado al recurso:** Turismo industrial/gastronómico

### Características del recurso

**Descripción del recurso:** Se trata de una fábrica de Chocolate en funcionamiento desde 1881 en la que se elaboran diversos tipos de chocolates. Además, disponen de un museo en el que se explica la historia de la fábrica el proceso de elaboración del chocolate.

**¿Existen figuras de protección?:** No

**¿Declarado de interés turístico?:** Sí

### Accesibilidad

**Relación espacio/tiempo (proximidad centros demanda):** Buena

**Estado infraestructuras de acceso al recurso:** Muy Bueno

**Señalización para el acceso al recurso:** Muy bueno

**Información accesibilidad al recurso:** Muy bueno

**Equipamientos y servicios:** Buenos

**Observaciones:** Hay una gran afluencia de turistas. Se debe reservar para visita



**Información**

**¿Existe un Centro de Información o similar?:** Sí

**Nombre:** Museo de Chocolate Valor

**Ubicación:** Avinguda Pianista Gonzalo Soria 13, Vila Joiosa, Alicante España

**Importancia actual**

**Completa otros recursos:** Sí

**Atractivo a nivel internacional:** Sí

**Atractivo a nivel nacional:** Sí

**Favorece corrientes turísticas regionales:** Sí

**Favorece corrientes turísticas locales:** Sí

**Conflicto de usos:** Sí

**Valoración sostenible del recurso**

**¿Existe transporte alternativo al coche particular para acceder al recurso?:** No

**¿Participa la población local en el desarrollo de la actividad turística?:**

**¿Las infraestructuras están integradas en el entorno?:**

**¿Las infraestructuras están adaptadas a discapacitados?:** Sí

**¿Se sensibiliza al visitante para que respete el recurso y el entorno?:** No

**La información acerca del recurso es:** Muy buena

**La conservación de los recursos naturales de la zona es:** Mala

**Si hay zonas restringidas, ¿se realizan actividades en ellas?:** Zonas de manipulación del chocolate

**La calidad de los alojamientos es:** Buena

**La calidad de los restaurantes es:** Buena

**El interés paisajístico de la zona es:** Medio

**Valoración general del recurso**

**Observaciones generales:** Se trata de un recurso con un estupendo planteamiento. En primer lugar, se muestran unos videos explicativos de la historia de la fábrica y la elaboración del chocolate. Posteriormente se lleva a cabo una visita al museo y fábrica de chocolate. El recorrido finaliza pasando por la tienda con la posibilidad de degustar el chocolate.



## FICHA DE RECURSOS GASTRONÓMICOS 5

**Nombre:** XOCOLATÍSSIMA

**Localización:** 8 y 9 de agosto, Carrer Colón, 40, Vila Joiosa

**Organismo responsable:** Tourist Info La Vila Joiosa

**Foto:**



**Figura 32.** Xocolatissima

**Fuente:** <https://www.elperiodic.com/villajoyosa/noticias/turismo>

**Tipo de recurso:** Actividad Cultural

**Tipología turismo asociado al recurso:** Turismo gastronómico

### Características del recurso

**Descripción del recurso:** Se trata de un evento que gira en torno a la tradición chocolatera de la Vila Joiosa. En él se imparten cursos, se realizan actividades y rutas guiadas relacionadas con el mundo del chocolate y su producción.

**¿Existen figuras de protección?:** No

**¿Declarado de interés turístico?:** No

### Accesibilidad

**Relación espacio/tiempo (proximidad centros demanda):** Buena

**Estado infraestructuras de acceso al recurso:** Buena

**Señalización para el acceso al recurso:** Media

**Información accesibilidad al recurso:** Mala

**Equipamientos y servicios:** Bueno

**Observaciones:** Es un recurso con diferentes actividades que se adaptan a todos los públicos.



**Información**

¿Existe un Centro de Información o similar?: No

Nombre:

Ubicación:

**Importancia actual**

Completa otros recursos: Sí

Atractivo a nivel internacional: No

Atractivo a nivel nacional: Sí

Favorece corrientes turísticas regionales: Sí

Favorece corrientes turísticas locales: Sí

Conflicto de usos: Puede haber vecinos molestos por el ruido y las conglomeraciones de gente.

**Valoración sostenible del recurso**

¿Existe transporte alternativo al coche particular para acceder al recurso?: Sí

¿Participa la población local en el desarrollo de la actividad turística?: Sí

¿Las infraestructuras están integradas en el entorno?: Sí

¿Las infraestructuras están adaptadas a discapacitados?: Sí

¿Se sensibiliza al visitante para que respete el recurso y el entorno?: Sí

La información acerca del recurso es: Mala

La conservación de los recursos naturales de la zona es: Buena

Si hay zonas restringidas, ¿se realizan actividades en ellas?: No

La calidad de los alojamientos es: Buena

La calidad de los restaurantes es: Buena

El interés paisajístico de la zona es: Muy bueno

**Valoración general del recurso**

**Observaciones generales:** Actualmente es un recurso turístico adicional al sol y playa ya que se celebra en plena temporada (agosto), por lo tanto, no es un recurso que favorezca la desestacionalización. Al tratarse de un evento en el que las actividades son a puerta cerrada y que no está sujeto a ninguna fecha específica (festividad religiosa o similar), podría realizarse en otra época del año en la que la afluencia turística es menor. Por ejemplo, en Navidad, se trata de una época en la que existe mayor predisposición a consumir productos dulces y calientes (chocolate a la taza).



## FICHA DE RECURSOS GASTRONÓMICOS 6

**Nombre:** SETMANA DE L'ARROS

**Localización:** Del 5 al 14 de septiembre en Vila Joiosa

**Organismo responsable:** Público y Privado

**Foto:**



**Figura 33:** Setmana de l'arros

**Fuente:** <https://quehacerenbenidorm.com/setmana-arros-vila-joiosa-2019/>

**Tipo de recurso:** Evento cultural

**Tipología turismo asociado al recurso:** Turismo gastronómico

### Características del recurso

**Descripción del recurso:** Evento en el que los restaurantes del municipio realizan elaboraciones tradicionales, mostrando el arraigo del arroz en los hábitos culinarios locales

**¿Existen figuras de protección?:** No

**¿Declarado de interés turístico?:** No

### Accesibilidad

**Relación espacio/tiempo (proximidad centros demanda):** Buena

**Estado infraestructuras de acceso al recurso:** Bueno

**Señalización para el acceso al recurso:** Buena

**Información accesibilidad al recurso:** Buena

**Equipamientos y servicios:** Buena

**Observaciones:** Se lleva a cabo en los restaurantes que participan de esta iniciativa.



**Información**

¿Existe un Centro de Información o similar?: No

Nombre:

Ubicación:

**Importancia actual**

Completa otros recursos: Sí

Atractivo a nivel internacional: No

Atractivo a nivel nacional: Sí

Favorece corrientes turísticas regionales: Sí

Favorece corrientes turísticas locales: Sí

Conflicto de usos: No

**Valoración sostenible del recurso**

¿Existe transporte alternativo al coche particular para acceder al recurso?: Sí

¿Participa la población local en el desarrollo de la actividad turística?: Sí

¿Las infraestructuras están integradas en el entorno?: Sí

¿Las infraestructuras están adaptadas a discapacitados?: No

¿Se sensibiliza al visitante para que respete el recurso y el entorno?: Sí

La información acerca del recurso es: Buena

La conservación de los recursos naturales de la zona es: Buena

Si hay zonas restringidas, ¿se realizan actividades en ellas?: No

La calidad de los alojamientos es: Muy Bueno

La calidad de los restaurantes es: Muy Bueno

El interés paisajístico de la zona es: Muy Bueno

**Valoración general del recurso**

**Observaciones generales:** Actualmente es un recurso adicional al sol y playa, es decir, no favorece la desestacionalización ya que se celebra a principios de septiembre, época del año en la que todavía existe una gran afluencia de turistas.

Al tratarse de una celebración que no está sujeta a ninguna festividad religiosa, conmemoración o similar podría realizarse en otro periodo en el que la afluencia turística es menor.



## FICHA DE RECURSOS GASTRONÓMICOS 7

**Nombre:** MOSTRA DE CUINA MARINERA

**Localización:** Del 1 al 10 de marzo en Vila Joiosa

**Organismo responsable:**

**Foto:**



**Figura 34.** Mostra Cuina Marinerà La Vila Joiosa

**Fuente.** <https://www.hotelallon.com/blog/mostra-de-cuina-marinerà-de-la-vila/>

**Tipología turismo asociado al recurso:** Turismo gastronómico

### Características del recurso

**Descripción del recurso:** Evento en el que se pone de manifiesto el patrimonio gastronómico de La Vila Joiosa.

**¿Existen figuras de protección?:** Sí, “La Vila Gastronòmica”

**¿Declarado de interés turístico?:** No

### Accesibilidad

**Relación espacio/tiempo (proximidad centros demanda):** Sí

**Estado infraestructuras de acceso al recurso:** Bueno

**Señalización para el acceso al recurso:** Muy bueno

**Información accesibilidad al recurso:** Bueno

**Equipamientos y servicios:** Bueno

**Observaciones:** El evento se ha convertido en una de las actividades de promoción gastronómica más importante de la comarca.





**Información**

¿Existe un Centro de Información o similar?: No

Nombre:

Ubicación:

**Importancia actual**

Completa otros recursos: Sí

Atractivo a nivel internacional: Sí

Atractivo a nivel nacional: Sí

Favorece corrientes turísticas regionales: Sí

Favorece corrientes turísticas locales: Sí

Conflicto de usos: No

**Valoración sostenible del recurso**

¿Existe transporte alternativo al coche particular para acceder al recurso?: No

¿Participa la población local en el desarrollo de la actividad turística?: Sí

¿Las infraestructuras están integradas en el entorno?: Sí

¿Las infraestructuras están adaptadas a discapacitados?:

¿Se sensibiliza al visitante para que respete el recurso y el entorno?: Sí

La información acerca del recurso es: Medio

La conservación de los recursos naturales de la zona es: Buena

Si hay zonas restringidas, ¿se realizan actividades en ellas?:

La calidad de los alojamientos es: Buena

La calidad de los restaurantes es: Muy Buena

El interés paisajístico de la zona es: Muy Bueno

**Valoración general del recurso**

**Observaciones generales:** El evento de la Cuina Marinera de la Vila Joyosa pone de manifiesto con su actuación la solidez del patrimonio gastronómico de La Vila y el potencial de sus restaurantes como elemento de dinamización de la economía local tanto como de la promoción exterior.



**FICHA DE RECURSOS GASTRONÓMICOS 8**

**Nombre:** CdT BENIDORM

**Localización:** Avinguda de Benissa, 4, Benidorm, Alicante

**Organismo responsable:** Público

Foto:



**Figura 35.** CdT alumnos. Benidorm

<https://benidorm.org/es/articulo/el-gobierno-lleva-pleno-propuesta-ceder-avt-parcela-mas-5000-metros-el-nuevo-cdt>

**Tipología turismo asociado al recurso:** Turismo gastronómico

**Características del recurso**

**Descripción del recurso:** Es la principal escuela de hostelería en la comarca

**¿Existen figuras de protección?:** No

**¿Declarado de interés turístico?:** No

**Accesibilidad**

**Relación espacio/tiempo (proximidad centros demanda):** Buena

**Estado infraestructuras de acceso al recurso:** Muy Bueno

**Señalización para el acceso al recurso:** Muy Bueno

**Información accesibilidad al recurso:** Muy Bueno

**Equipamientos y servicios:** Medio

**Observaciones:** Es el centro más importante de la formación turística de todo el territorio valenciano. El centro recibe además un gran número de profesionales que pasan por sus aulas para formarse. Al tratarse de un centro educativo público, tiene una estupenda señalización y está perfectamente adaptado para personas con movilidad reducida.



**Información**

¿Existe un Centro de Información o similar?: No

Nombre:

Ubicación:

**Importancia actual**

Completa otros recursos: No

Atractivo a nivel internacional: No

Atractivo a nivel nacional: No

Favorece corrientes turísticas regionales: No

Favorece corrientes turísticas locales: No

Conflicto de usos: No

**Valoración sostenible del recurso:**

¿Existe transporte alternativo al coche particular para acceder al recurso?: Sí

¿Participa la población local en el desarrollo de la actividad turística?: Sí

¿Las infraestructuras están integradas en el entorno?: Sí

¿Las infraestructuras están adaptadas a discapacitados?: Sí

¿Se sensibiliza al visitante para que respete el recurso y el entorno?: Sí

La información acerca del recurso es: Buena

La conservación de los recursos naturales de la zona es: Mala

Si hay zonas restringidas, ¿se realizan actividades en ellas?:

La calidad de los alojamientos es: Muy buena

La calidad de los restaurantes es: Buena

El interés paisajístico de la zona es: Media

**Valoración general del recurso**

**Observaciones generales:** Es un recurso que no sola aporta mucho a los alumnos del centro, además se ha sumado a la red de centros de cocinado y logística donde se preparan y distribuyen cada día cientos de menús para personas sin recursos de la provincia de Alicante.



**FICHA DE RECURSOS GASTRONÓMICOS 9**

**Nombre:** BODEGAS ENRIQUE MENDOZA

**Localización:** Partida El Romeral S/N L'Alfas del Pí

**Organismo responsable:** Empresa Privada

Foto:



**Figura 36.** Bodegas Enrique Mendoza

Fuente: <https://www.dysbodesa-distribuciones-y-vinos-selectos.es/bodegas-representadas/bodegas-enrique-mendoza/>

Tipología turismo asociado al recurso: Turismo Enológico

**Características del recurso**

**Descripción del recurso:** Es la bodega con mayor reconocimiento de la Marina Baixa en la que actualmente se realizan visitas guiadas a las bodegas.

**¿Existen figuras de protección?:** Sí, Denominación de Origen Alicante

**¿Declarado de interés turístico?:** No

**Accesibilidad**

**Relación espacio/tiempo (proximidad centros demanda):** Mala

**Estado infraestructuras de acceso al recurso:** Bueno

**Señalización para el acceso al recurso:** Mala

**Información accesibilidad al recurso:** Buena

**Equipamientos y servicios:** Bueno



**Observaciones:** Se trata de un recurso que ya tiene uso turístico, por lo que su accesibilidad es buena

### **Información**

**¿Existe un Centro de Información o similar?:** No

**Nombre:**

**Ubicación:**

### **Importancia actual**

**Completa otros recursos:** No

**Atractivo a nivel internacional:** No

**Atractivo a nivel nacional:** Sí

**Favorece corrientes turísticas regionales:** Sí

**Favorece corrientes turísticas locales:** Sí

**Conflicto de usos:** No

### **Valoración sostenible del recurso**

**¿Existe transporte alternativo al coche particular para acceder al recurso?:** No

**¿Participa la población local en el desarrollo de la actividad turística?:** No

**¿Las infraestructuras están integradas en el entorno?:** Sí

**¿Las infraestructuras están adaptadas a discapacitados?:**

**¿Se sensibiliza al visitante para que respete el recurso y el entorno?:** Sí

**La información acerca del recurso es:** Buena

**La conservación de los recursos naturales de la zona es:** Media

**Si hay zonas restringidas, ¿se realizan actividades en ellas?:** Sí, producción y análisis del vino, así como labores administrativas y de gestión.

**La calidad de los alojamientos es:** Buena

**La calidad de los restaurantes es:** Buena

**El interés paisajístico de la zona es:** Medio

### **Valoración general del recurso:**

**Observaciones generales:** Actualmente solo se realizan visitas guiadas en las bodegas, se deben impulsar también las rutas en los viñedos explicando el proceso desde el principio.





## **GALERÍA DE FOTOS**

### **Anexo 2.** Solar Playa L'Olla.



Fuente: Elaboración propia.



### **Anexo 3.** Cetáceos en la Bahía de Altea.



Fuente: <http://www.ahoramarinabaixa.com>

### **Anexo 4.** Cerveza Althaia



Fuente: Elaboración propia





**Anexo 5.**

Restaurantes Los Jazmines. Altea / Ta Casa. Alfàs del Pi



Fuente: <https://es.foursquare.com/v/restaurante-losjazmines/4e05de72d1640223a49260fe/photos>

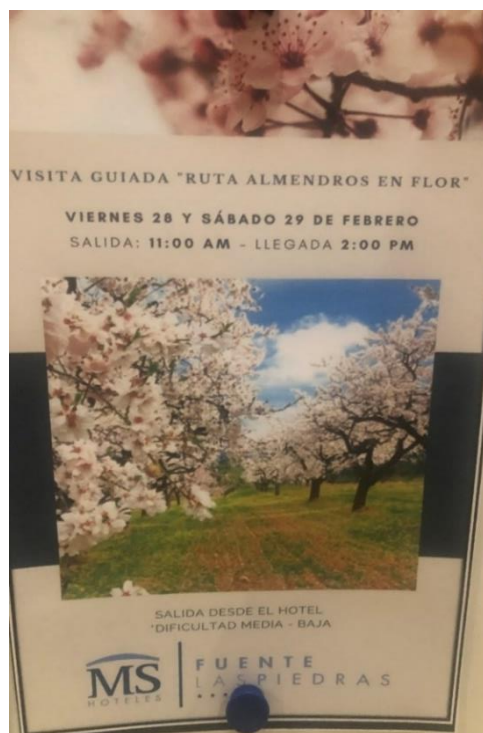
Fuente: [http://www.costablanca.org/Esp/Cosas\\_que\\_hacer/Gastronomia\\_y\\_Enoturismo/Paginas/Gastronomia\\_y\\_enoturismo/restaurante\\_ta\\_casa.aspx](http://www.costablanca.org/Esp/Cosas_que_hacer/Gastronomia_y_Enoturismo/Paginas/Gastronomia_y_enoturismo/restaurante_ta_casa.aspx)

**Anexo 6.** Cata de vinos en Bodegas Enrique Mendoza

Fuente: <https://www.quierodelicatessen.es/blog/cata-enrique-mendoza-viticultor/>



**Anexo 7.** Almendros en flor / Anuncio Ruta almendros en flor Fuente la Piedras, Córdoba



Fuente y elaboración propia.

**Anexo 8.** Turrónes Carremi



Fuente: <https://www.comoju.es/2011/12/turrones-carremi-de-paladar-selecto.html>

